



UNIVERSITAT_{DE}
BARCELONA

LA EXPRESIÓN DE LA CORTESÍA
EN LOS ENUNCIADOS EXHORTATIVOS DE CORREOS
ELECTRÓNICOS DEL ÁMBITO ORGANIZACIONAL
HISPANO-JAPONÉS

TRABAJO FINAL DE MÁSTER

RYO OTOMO

DIRECCIÓN:

DRA. ESTRELLA MONTOLÍO DURÁN

DEPARTAMENTO DE FILOLOGÍA HISPÁNICA, TEORÍA DE LA LITERATURA Y
COMUNICACIÓN

MÁSTER DE ESPAÑOL COMO LENGUA EXTRANJERA EN ÁMBITOS
PROFESIONALES 2017-2018

Resumen

La presente investigación es un análisis del discurso focalizado en la expresión de la cortesía en los enunciados exhortativos de la lengua española y la japonesa. Para ello, se ha analizado el sistema de la cortesía de ambas lenguas y, posteriormente, se ha realizado un análisis contrastivo de los enunciados procedentes de correos electrónicos redactados por los hablantes nativos de español y de japonés, en concreto, de peticiones en la comunicación escrita del ámbito organizacional. Tras el análisis cuantitativo y cualitativo de los mencionados enunciados, se han alcanzado las siguientes conclusiones. En primer lugar, desde la perspectiva pragmática, cuando las estrategias de la cortesía lingüística de español se apoyan, principalmente, en el mecanismo de atenuación de la fuerza ilocutiva, la lengua japonesa escoge otro modo llamado el lenguaje honorífico que, en lugar de mitigar los enunciados, se centra en fortalecer la habilidad y la disponibilidad del receptor de mensaje mediante una serie de recursos lingüísticos reservados exclusivamente para formular discursos formales. En segundo lugar, el análisis de las formas de peticiones representativas del idioma español y su contraste con el japonés en nuestro corpus han revelado diferencias significativas entre ellos, especialmente, en lo que concierne al grado de habla directo e indirecto y el tipo de modalidad oracional. Tercero, y por último, el uso de tratamiento de familiaridad, la conceptualización de la locución *necesitamos que* y el empleo de *rogamos que* son los tres rasgos que han sido identificados como diferencias más relevantes en la formulación de las peticiones en español y japonés dentro del ámbito organizacional.

Palabras claves: pragmática, análisis del discurso, cortesía, español, japonés, interculturalidad, español como lengua extranjera

Abstract

The aim of this paper is to analyze the polite expression in directive utterance of two different languages: Spanish and Japanese. For this purpose, the related linguistic systems of both languages were reviewed and applied for the contrastive analysis of natural language corpus, electronic messages written by Spanish and Japanese native speakers, in one particular field: requesting actions in the organizational-scope writing communications. The result of quantitative and qualitative analysis on said utterances shows the following conclusions. Firstly, from the pragmatics point of view, while the strategy of Spanish polite expressions is based on the hedges on illocutionary force in general, Japanese language applies, instead of hedging, another method called honorifics that highlight ability and availability of the receiver of message through the use of an exclusive linguistic resources to develop discourse politeness. Secondly, the analysis of representative formal requesting forms in Spanish and Japanese corpus indicated significant differences between these languages, especially in the level selection of directness and sentence type. Thirdly, and finally, the following three points were identified as the most relevant differences in the requesting acts in the organizational-scope writing communications between Spanish and Japanese: ways of addressing, linguistic conceptualization about *necesitamos que* and the use of *rogamos que*.

Key words: pragmatics, discourse analysis, politeness, Spanish, Japanese, interculturality, Spanish as a foreign language

*“¿Por qué los alumnos japoneses tienen problemas con el uso de la puntuación?
¿Puedes preparar una exposición sobre ello?” (octubre 2016)*

*“Necesitamos algo que no quedará almacenado en la estantería después
de la lectura, sino que tenerlo encima de la mesa” (julio 2017)*

Estas son dos orientaciones, recibidas de la directora de mi TFM, que me inspiraron y motivaron realizar el presente trabajo:

la primera, me invitó a plantear un punto de vista como aspirante al profesor de ELE no nativo. Ha sido la referencia y el enfoque fundamental para realizar tanto TFM como todos otros trabajos de este máster;

y, la segunda, fue un comentario en la tutoría inicial para la elaboración de TFM con el que estoy completa y plenamente de acuerdo.

Por ello, mil gracias por guiarme, doctora.
Maestría es la palabra para usted.

Índice

1. Introducción.....	1
1.1. Justificación.....	1
1.2. Tema de trabajo y preguntas de investigación.....	3
1.3. Objetivos generales y específicos.....	4
1.3.1. Objetivos generales.....	4
1.3.2. Objetivos específicos.....	4
1.4. Marco teórico.....	5
1.5. Metodología y corpus	7
1.6. Estructura de trabajo.....	8
2. Correos electrónicos del ámbito organizacional e intercultural	9
2.1. El ámbito de uso	9
2.2. El factor intercultural.....	11
3. La tipología de los actos de habla exhortativos y teorías de la cortesía	15
3.1. El concepto de imagen.....	15
3.2. La “universalidad” de la imagen y el lenguaje honorífico japonés	16
3.3. Los actos de habla exhortativos.....	18
3.4. La teoría de instrucción disfrazada.....	23
3.5. La cortesía y el mecanismo de atenuación en español	25
4. El lenguaje honorífico japonés	29
4.1. Aspectos socioculturales.....	29
4.2. Función histórica y actual.....	36
4.3. Aspectos gramaticales	38
4.3.1. Lenguaje educado	40

4.3.2.	Lenguaje respetuoso	41
4.3.3.	Lenguaje modesto (I).....	44
4.3.4.	Lenguaje modesto (II)	46
4.3.5.	Operadores de embellecimiento	47
4.3.6.	Frecuencia de uso (mapeado)	48
5.	Análisis contrastivo de los enunciados	57
5.1.	Corpus.....	59
5.1.1.	Información general.....	59
5.1.2.	Contextos	60
5.1.3.	Código del enunciado	61
5.1.4.	Selección de enunciados	62
5.2.	Análisis cuantitativo	64
5.2.1.	Resultado (1): el corpus japonés.....	66
5.2.2.	Resultado (2): el corpus español.....	70
5.3.	Análisis cualitativo	75
5.3.1.	Los recursos del registro semiformal.....	76
5.3.2.	El uso de verbo “necesitar”	82
5.3.3.	El verbo “rogar” y <i>Onegai itashimasu</i>	89
6.	Conclusión.....	99
7.	Bibliografía.....	102

1. Introducción

1.1. Justificación

Un puesto de trabajo en una empresa multinacional es una de las salidas más habituales y populares entre los alumnos japoneses de ELE. Para favor de ello, se cotiza cada vez más la competencia comunicativa en la segunda lengua en el mercado laboral ante la globalización irreversible de las últimas décadas. Por tanto, contratar a personas cualificadas en el dominio lingüístico se convirtió en un tema primordial para el departamento de recursos humanos de las entidades internacionales.

En este contexto, existe una cierta ilusión por parte de las empresas multinacionales japonesas: escoger a una persona bilingüe es una garantía; no solo para asegurar la fluidez de la comunicación entre las personas procedentes de países diferentes, sino también para solventar todos aquellos conflictos de origen cultural. Si se trata de una empresa japonesa afincada en España, por ejemplo, emplear a un japonés con las competencias comunicativas en español significaría disponer de sus servicios en traducción, interpretación y mediación cultural que aportan mayor rendimiento en la comunicación para las actividades de la entidad.

Esta premisa es teóricamente correcta, no obstante, carece de algunas consideraciones: por una parte, un alumno de ELE recién graduado es como un *smartphone* que acabas de comprar: posee un gran potencial para desempeñar múltiples tareas, pero aún falta cargar datos y aplicaciones necesarios para cumplir tales funciones de forma autónoma; dicho de otro modo, necesita acumular experiencias tanto del mundo laboral como del

ámbito intercultural. Y, por otra parte, la concentración de información en dos idiomas, el español y el japonés, que recae en un novato es, sin duda, un riesgo para la empresa, ya que lo habitual es que haya pocos miembros bilingües dentro de una organización y, por tanto, un error de traducción o de interpretación puede pasar desapercibido hasta que provoque problemas en las operaciones de la entidad y, por consiguiente, los temibles daños económicos.

Esta visión echa un jarro de agua fría al sueño de los alumnos que proyectan su futuro más allá de las fronteras, ya que son situaciones que les someten bajo una carga psicológica muy elevada. Aun así, son los escenarios reales y frecuentes a los que tendrá que afrontar un miembro que se incorpora al ámbito organizacional bilingüe en calidad de especialista de lenguas. De ahí que sostengamos la importancia de un plan curricular de ELE, enfocado en las necesidades primarias de los alumnos, que les sirva como una fase preparatoria antes de empezar a trabajar en el ámbito intercultural y que les facilite dar los primeros pasos de la mejor manera posible en el inicio de la carrera profesional.

Este trabajo está dedicado a investigar una de las tareas más recurrentes que puede ser exigida a los recién incorporados a una organización desde el primer día de trabajo: redactar correos electrónicos. Entre los objetivos diversos que motivan este acto de la comunicación escrita, se analizará un aspecto específico: la expresión de la cortesía en los actos de habla exhortativos, en concreto, de las peticiones. La razón de esta selección se justifica porque “pedir algo a alguien”, es decir, conseguir que el receptor del mensaje lleve a cabo la acción exhortada en beneficio del emisor, constituye el núcleo de los mensajes del ámbito organizacional y, asimismo, su éxito comunicativo está al albur del uso adecuado de recursos de la cortesía.

Así pues, sin desvirtuar la importancia y el valor indiscutible de habilidades como narrar, describir, exponer o argumentar en español, consideramos que el habla cortés se sitúa entre los aspectos más relevantes en el aprendizaje de ELE para los alumnos japoneses debido a las diferencias pragmalingüísticas y socioculturales entre la lengua española y la japonesa, especialmente, en lo referente al sistema de la expresión de la cortesía. Por ello, hemos realizado un análisis contrastivo del corpus redactado en ambos idiomas para hallar los factores diferenciadores y significativos en los actos exhortativos con el fin de exportar los resultados a las aulas de ELE de Japón.

1.2. Tema de trabajo y preguntas de investigación

El tema de este trabajo es un análisis de correos electrónicos, elaborados por hablantes nativos de español y hablantes japoneses, dentro del contexto del ámbito organizacional. Se pretende poner de relieve algunas características relevantes de las formas de realizar peticiones y las expresiones pertinentes de la cortesía en ambas lenguas, todo ello mediante la búsqueda de respuestas a las siguientes cuestiones:

- 1) ¿Cuáles son las características de los correos electrónicos en el ámbito organizacional e intercultural?;
- 2) En este contexto, ¿son trasladables las normas de cortesía del japonés para realizar actos exhortativos en español? ¿Hay diferencias lingüísticas o culturales que lo desaconsejan?;
- 3) Respecto a las diferencias mencionadas en la cuestión anterior, ¿cómo las transmitiremos en las aulas de ELE para que los alumnos japoneses sean capaces de realizar peticiones en español por *e-mail* de un modo adecuado en el espacio de trabajo?

1.3. Objetivos generales y específicos

1.3.1. Objetivos generales

- 1) Describir las características de correos electrónicos en las actividades del ámbito organizacional e intercultural hispano-japonés y, asimismo, la figura de un miembro bilingüe, como redactor de estos mensajes.
- 2) Analizar de forma contrastiva los actos de habla exhortativos de las peticiones, así como las estrategias pertinentes de cortesía en los mensajes electrónicos escritos por españoles y japoneses.
- 3) Proponer unos apuntes didácticos para la enseñanza de ELE, destinadas a los alumnos universitarios de Japón, como un complemento del plan curricular de los docentes japoneses de ELE.

1.3.2. Objetivos específicos

- 1) Exponer las principales teorías de la cortesía de Brown y Levinson (1987²), Haverkate (1994), Wurman (2001) y las críticas realizadas sobre la conceptualización universal de “imagen” por las lingüistas japonesas (Ide, 1989; Matsumoto, 1989 y Usami, 2008).
- 2) Presentar los mecanismos del lenguaje honorífico japonés dentro del contexto de la comunicación en el ámbito organizacional.
- 3) Realizar un análisis cuantitativo de los enunciados exhortativos de correos electrónicos, elaborados en español y japonés, mediante clasificaciones por el tipo de modalidad oracional y, también, por el grado del acto de habla directo-indirecto.
- 4) Realizar un análisis cualitativo sobre los mismos enunciados de 3) para conocer las diferencias significativas entre la lengua española y la japonesa desde la perspectiva pragmalingüística.
- 5) Crear una tabla gráfica, compuesta por los resultados de los análisis anteriores, que permita visualizar los recursos relevantes de los actos exhortativos de peticiones para el alumnado japonés de ELE, como resumen de la investigación.

1.4. Marco teórico

Como indica el título de este trabajo —*La expresión de la cortesía en los enunciados exhortativos de correos electrónicos en el ámbito organizacional hispano-japonés*— nuestra investigación consiste en el Análisis del Discurso, “una herramienta que permite entender las prácticas discursivas que se producen en todas las esferas de la vida social en las que el uso de la palabra (...) forma parte de las actividades que en ellas se desarrollan” (Calsamiglia y Tusón 2012:13), y, por tanto, se parte del corpus de lengua en uso para interpretar los cuatro siguientes aspectos: referencia, presuposición, implicatura e inferencia (Brown y Yule 1983) en la comunicación escrita del espacio de trabajo. Para este fin, contamos con los apoyos de las contribuciones realizadas por expertos en múltiples disciplinas lingüísticas y los plasmamos en los capítulos 2, 3 y 4 del presente trabajo, como se señalan a continuación.

En el capítulo 2, se pretende contextualizar el área de este trabajo a través de reflexiones sobre el uso que se da actualmente al *e-mail* como herramienta de la comunicación escrita, cuya característica como “género cibernético” fue estudiada por Crystal (2001) y Yus (2016), y sus rasgos en el espacio de trabajo en particular. Asimismo, contemplamos la figura de un miembro japonés bilingüe, como redactor de *e-mail* en el ámbito organizacional en el que se implican los principios de la comunicación intercultural (Arasaratnam y Doerfel 2005).

El capítulo 3 desarrolla un seguimiento de las teorías de los actos de habla exhortativos y de la cortesía que han venido evolucionándose a lo largo de la historia del estudio de la pragmática. La taxonomía de Austin (1962) y su versión revisada por Searle (1976),

creadas a partir de la perspectiva de la intención del emisor de mensaje, nos han permitido acotar el área de investigación. Y el estudio pragmalingüístico sobre la cortesía de la lengua española realizado por Haverkate (1994) ha sido de gran utilidad para seleccionar criterios utilizados en nuestro análisis de corpus. Asimismo, nos referimos a la teoría universal de imagen de Brown y Levinson (1987²) por dos motivos: por un lado, por el hecho de que su “universalidad” fue cuestionada en los años noventa por algunos investigadores japoneses que alegaban carencias de la teoría mencionada para explicar los fenómenos que presenta el lenguaje honorífico japonés, por tanto, nos vimos obligados a realizar una revisión de sus argumentos y, por otro lado, por el hecho de que la teoría de la cortesía y los actos de habla exhortativos son indivisibles —como dos caras de una misma moneda— en las interacciones sociales. Por esta última razón, también relataremos los mecanismos de atenuación del español a través de los trabajos de Briz (2003, 2006, 2008) y de Albelda (2010), cuyo estilo de análisis desde la perspectiva pragmalingüística que citamos a continuación ha sido otro eje fundamental en nuestra investigación:

Un análisis, para más señas, pragmalingüístico se centrará en el estudio de las formas lingüísticas entendidas como estrategias adecuadas, efectivas y eficaces para llegar a la meta. Ciertamente, atenderá a la producción y a la recepción, pero sin perder de vista el mensaje, lo enunciado, lo mostrado en éste y las inferencias que pueden obtenerse. (Briz 2003:18).

Finalmente, dedicamos el capítulo 4 a describir los rasgos sociales, culturales y lingüísticos del lenguaje honorífico japonés, una de las estrategias principales que se emplea para mostrar la cortesía en la sociedad japonesa. Revisamos las características

y la frecuencia de uso de este lenguaje formal como la fase preparatoria del análisis contrastivo con sus expresiones homólogas del español.

Por su parte, el enfoque de un trabajo final de este máster, *Escritura dialógica en la red: análisis lingüístico y pragmático de la petición en el Foro Didáctico del Centro Virtual Cervantes* de Yúfera Gómez (2012), ha sido una guía muy práctica en el momento inicial de la planificación para moldear el presente trabajo.

Existen otras investigaciones, libros, artículos, etc. que nos permitieron elaborar este trabajo, cuyas referencias aparecerán a lo largo de las siguientes páginas y las indicaremos específicamente en el apartado de bibliografía.

1.5. Metodología y corpus

La metodología con la que abordamos la investigación del presente trabajo consiste en el análisis cuantitativo y cualitativo. Mediante estas dos ópticas, se pretende examinar las características de los enunciados redactados en español y en japonés para conocer, por un lado, con qué frecuencia y qué tipo de actos de habla exhortativos de peticiones se realizan y, por otro lado, cuáles son las estrategias escogidas para transmitir la cortesía en la comunicación del ámbito organizacional.

Respecto al corpus analizado, que consiste en la lengua en uso —los correos electrónicos redactados por españoles y japoneses en el ámbito organizacional—, procede de un bufete de abogados, de una ciudad española, que cuenta con juristas de ambas nacionalidades. El análisis de la comunicación escrita entre estos abogados y sus clientes españoles o japoneses no solo nos muestra una visión real sobre las formas de

realizar peticiones en el ámbito organizacional y el uso de las estrategias de cortesía pertinentes desde la perspectiva lingüística, sino también ponen de relieve las diferencias socioculturales e idiosincrásicas entre los españoles y los japoneses. El número total de correos electrónicos analizados son 67 (7.987 palabras), 43 mensajes en español (4.236 palabras) y 24 en japonés (3.751 palabras), cuyo detalle retomaremos en el apartado 5.1, al inicio del capítulo del análisis.

1.6. Estructura de trabajo

La estructura de este trabajo está formada en los tres bloques siguientes; primero, comenzamos por conocer las características de correos electrónicos y de la figura de un miembro bilingüe en el ámbito organizacional e intercultural (capítulo 2); y, después, revisamos las teorías relacionadas con la exhortación y los recursos que generan la cortesía lingüística en el español y en el japonés (capítulos 3 y 4); y, por último, procedemos al análisis cuantitativo y cualitativo del corpus a fin de contrastar las operaciones discursivas de la petición realizadas en ambas lenguas (capítulo 5).

2. Correos electrónicos del ámbito organizacional e intercultural

2.1. El ámbito de uso

Hoy por hoy, el correo electrónico se está convirtiendo en un instrumento clásico de la comunicación en el espacio de trabajo entre otros dos medios comunicativos de diferentes generaciones.

Por un lado, se sitúa el medio tradicional del papel y el bolígrafo. La escritura de *e-mails* se basa en la de correspondencia postal y, de hecho, se identifican rasgos heredados de ella en su estructura general, no obstante, se manifiestan nuevos aspectos en el proceso de elaboración al ser una herramienta de la comunicación que se caracteriza por “velocidad y espontaneidad” (Crystal 2001:111). De ahí que se propongan algunas formas de la escritura adaptadas a la pantalla de dispositivos digitales; por ejemplo, “que el título de *e-mail* represente el contenido y que desempeñe la función de la primera línea del cuerpo de mensaje”, “que se vea el texto completo sin tener que correr la pantalla”, “la conclusión debería aparecer en el comienzo”, etc. (Ibid. 2001:99-110). Son rasgos que proporcionan al receptor de mensaje la agilidad en la lectura y, por tanto, son valores codiciados en las interacciones del espacio de trabajo, dado que aporta mayor rendimiento comunicativo en las actividades organizacionales.

Por otro lado, se encuentra la mensajería telecomunicativa instantánea vía P2P, representada por aplicaciones digitales como “WhatsApp” en España o “Line” en Japón. El uso masivo de este medio en la actualidad, tanto en la vida privada como en la profesional, está íntimamente ligado con los dispositivos portátiles. Este instrumento de

la escritura del S.XXI cambió el panorama de nuestros hábitos comunicativos para siempre por su vertiginosa velocidad en el funcionamiento e, incluso, ha abierto un nuevo campo en el estudio de la lengua: *cyberpragmatics* (Yus 2016). En cualquier caso, como ilustra Montolío, el avance tecnológico que nos trajo la era digital es irreversible y no nos queda otro remedio que adaptarnos a él, ya que es una evolución que siempre ha formado tándem con la escritura desde su inicio:

El desarrollo de la escritura ha ido siempre de la mano del desarrollo de la tecnología: de la tablilla de arcilla a la pantalla de un dispositivo móvil, miles de años de avances técnicos han permitido que ese modo de comunicación amplíe exponencialmente sus funciones, su presencia y su protagonismo en nuestras vidas cotidianas (Montolío 2014:7).

En esa última faceta, la tecnología digital, el *e-mail* se nutre también de otras de sus ventajas: correspondencia recuperable por orden cronológico mediante un simple clic; libre de deterioro del contenido al ser datos digitalizados; y accesible en cualquier momento tan solo con un dispositivo digital en mano, indiferentemente de la ubicación geográfica del usuario. Ahora bien, estas características de los correos electrónicos ofrecen trazabilidad de las transacciones textuales realizadas en el pasado que, posteriormente, sirven como evidencias fácticas para conocer el historial de negociaciones, de proyectos, etc. En este aspecto, el uso de *e-mail* es un medio infinitamente más ágil que los documentos archivados en papel y, también, es más cómodo que en las comunicaciones realizadas vía P2P, ya que ambas herramientas adolecen de la falta de facilidad para localizar una información concreta del pasado.

Dicha facilidad del *e-mail* para recuperar los registros de la comunicación del pasado permite buscar referencias anteriores de forma inmediata y, por tanto, favorece el

trabajo de día a día en el ámbito organizacional. Sin embargo, esta cualidad puede ser una navaja de doble filo para los usuarios, ya que posibilita rastrear el historial de los asuntos o negociaciones que acabaron en fracaso hasta su origen. Es decir, puede revelar los detalles de fallos producidos en el pasado y, consecuentemente, derivar en evidencias fehacientes para reclamar o que te reclamen reparación de daños causados que suele traducirse en términos de dinero.

Con todo, subrayamos que la escritura de correos electrónicos en el ámbito organizacional conlleva un valor económico inherente: positivo en caso de proyectos o negociaciones satisfactorios y negativo en caso contrario. Así que se exige una responsabilidad de mayor o menor grado al remitente del *e-mail*, dependiendo del puesto de trabajo que ocupa o la importancia de los asuntos tratados en el mensaje.

2.2. El factor intercultural

Cuando se encuentran individuos procedentes de distintas comunidades, suelen suscitarse preocupaciones en ambas partes: la inseguridad sobre su propia competencia comunicativa, el temor a que el interlocutor lleve la iniciativa de la interacción o que sus palabras suenen como una ofensa, etc. Por consiguiente, los participantes de la comunicación se comportan de un modo reservado, extraño o excesivamente solícito (Stephan, Stephan y Gudykunst 1999:614). Los expertos de la comunicación intercultural, además, advierten que la ansiedad procedente de dichos movimientos psicológicos se incrementa en el caso de las interacciones entre extranjeros y exige mayor esfuerzo para adaptarse (Arasaratnam y Doerfel 2005:139).

Ciertamente, conocer las costumbres, culturas y filosofías de la gente de otros países es, sin lugar a duda, una experiencia fascinante, ya que nos permite conocer otras formas de ver, pensar o realizar las cosas de un modo antes desconocido, por tanto, puede ser una fuente de inspiración que enriquece nuestra vida. Dicha diversidad de origen cultural, sin embargo, suele traducirse como el foco de contratiempos en la dinámica diaria del trabajo, ya que ralentiza interacciones comunicativas y, por ende, dificulta el cumplimiento de objetivos profesionales. Pese a ello, no todas las entidades multinacionales están dispuestas a sacrificar el tiempo de jornada laboral para fomentar la adaptación intercultural mencionada en el párrafo anterior entre los individuos procedentes de orígenes diferentes.

En el caso de las empresas multinacionales japonesas en España, por ejemplo, los hablantes nativos de español y los expatriados japoneses interactúan y desarrollan operaciones diarias conjuntamente para alcanzar los objetivos marcados por la oficina principal de Japón. Estos objetivos, naturalmente, tienen una fecha límite para completarlos, por tanto, los miembros de ambas nacionalidades se apresuran, bajo un cierto grado de tensión y estrés, a cumplir sus funciones de la mejor manera que conocen. Y esa “mejor manera” difiere, a veces, entre los españoles y los japoneses, y ello aumenta el riesgo de que emerjan conflictos interculturales.

Hay un dicho en el Extremo Oriente, especialmente entre las personas de origen chino, que dice “si un chino y un japonés hacen un mismo trabajo, el chino siempre lo hará más rápido. Pero si un grupo de diez chinos y otro de diez japoneses hacen un mismo trabajo, siempre lo acabarán antes los japoneses”. Lo que significa este proverbio popular es que las ganas de trabajar de un chino son superiores a las de un japonés, sin

embargo, el método de trabajo en grupo de los japoneses, que consiste en una organización minuciosa, no es algo familiar entre los chinos. En efecto, dicha meticulosidad es un estándar entre los trabajadores japoneses para aprovechar el rendimiento de cada individuo de forma organizada mediante un proceso que comprende las tres siguientes fases: (1) planificar el proceso de trabajo con antelación, (2) distribuir previamente la carga de trabajo entre los miembros del grupo y (3) hacer un seguimiento constante del desarrollo de cada trabajador hasta que den por concluida la tarea. La realización de este método exige una disciplina desarrollada y, sobre todo, un intercambio comunicativo con muy pocos intervalos entre los miembros de grupo para no desviarse de lo planificado. Por tanto, puede parecer un sistema exigente, agobiante, incluso, obsesivo a ojos de extranjeros que no están familiarizados.

En este contexto, lo más probable es que este patrón comunicativo de las entidades japonesas no encaje bien del todo en el ámbito organizacional extranjero y que los expatriados japoneses tengan que asimilarse al sistema comunicativo local. Ello supone una inquietud enorme para ellos, dado que, en general, no poseen un nivel suficiente de segundas lenguas para recabar información precisa, fiable y de primera mano. Es una situación seriamente perjudicial para estos japoneses, ya que la falta de información les suscita inseguridad y, por consiguiente, restringe cualquier toma de decisión en el espacio de trabajo.

La circunstancia del párrafo anterior es uno de los escenarios típicos que requiere el servicio lingüístico y pone a prueba al miembro japonés bilingüe de la entidad, ya que su misión será formular peticiones en la segunda lengua para conseguir respuestas de otras personas extranjeras con el fin de mantener informados a los expatriados japoneses

en el espacio de trabajo donde intervienen factores de diversa índole: la persona que tiene la información puede ser un compañero de la oficina o un cliente muy importante (referente), es posible que se trata de un asunto urgente (o no) para la entidad de la que forma parte (implicatura), se está retrasando una respuesta respecto a la fecha acordada por un motivo desconocido (presuposición) o puede que se trate del seguimiento de una consulta a la que respondieron previamente con un “*ya contestaremos cuando pueda*”, probablemente, sin intención de contestar (inferencia).

Ahora bien, ¿sabrá un hablante no nativo formular una petición de forma adecuada según el evento comunicativo del ámbito organizacional? ¿Será suficiente, por ejemplo, tener el diploma del Nivel C1, que se describe como “puede hacer un uso flexible y efectivo del idioma para fines sociales, académicos y profesionales” (Instituto Cervantes 2017)? O ¿no será necesario una formación específica y contextualizada que no suele formar parte del plan curricular de ELE?

Las respuestas a estas cuestiones están en el campo de la pragmática, por tanto, hemos de hallarlas mediante análisis del corpus de la lengua en uso. Para ello, exploraremos en los dos siguientes capítulos las teorías y normas lingüísticas, tanto del español como del japonés, relacionadas con la realización de peticiones y la expresión de la cortesía que nos proporcionarán criterios y herramientas para proceder al análisis mencionado posteriormente.

3. La tipología de los actos de habla exhortativos y teorías de la cortesía

3.1. El concepto de imagen

La necesidad de estrategias que aumentan la posibilidad de éxito comunicativo está fundamentada en numerosos trabajos realizados por expertos sobre la teoría de la cortesía. En uno de los trabajos más emblemáticos, Brown y Levinson (1987²) reivindican el concepto de “imagen” (*face*) de los individuos en la interacción comunicativa —una visión introducida originalmente por Goffman, al que está dedicado este libro— y lo sitúan como una herramienta racional que engrana la relación humana y, también, como un valor universal compartido entre diferentes culturas del mundo. Como prueba de ello, su obra expone una ingente cantidad de ejemplos de las estrategias lingüísticas de cortesía de varios idiomas no occidentales y, entre ellos, se encuentran los recursos empleados en la lengua japonesa en numerosas páginas a los que nos referiremos más adelante.

El concepto de “imagen” que sostienen estos autores consiste en que los seres humanos procuran, inherentemente, mantener una imagen pública en las interacciones sociales. Se trata de un fenómeno que no es un comportamiento comunicativo unilateral, sino que es una actitud relativa y bidireccional entre los participantes; es decir, colaboran mutuamente para salvar tanto la imagen propia del uno como la del otro en las interacciones comunicativas. La finalidad de este comportamiento recíproco es construir un espacio de diálogo fluido mediante realizaciones cinéticas, prosódicas y lingüísticas.

Según Brown y Levinson, dicha imagen conceptualizada es producto del deseo básico (*basic wants*) de los seres humanos en general y se divide en dos categorías: la positiva y la negativa. Por una parte, la imagen positiva procede del nuestro deseo de ser apreciados, favorecidos o aceptados dentro del círculo social humano y, asimismo, de recortar la distancia interpersonal respecto a otros miembros, cuyo objetivo es generar una atmósfera agradable que facilita la comunicación interpersonal. Cabe señalar que ello no exige necesariamente el empleo continuo del lenguaje formal, ya que hasta el uso de bromas o argots puede ejercer también como agente lubricante en el desarrollo del diálogo. En cambio, por otra parte, la imagen negativa hace referencia al deseo de evitar actos que pueden amenazar la imagen de otros individuos; consiste en intentar preservar la libertad de acción de los demás y no invadir su campo intencional. Brown y Levinson subrayan que esta propiedad de la imagen negativa es “el corazón del comportamiento respetuoso (*It is the heart of respect behaviour,...*)” (1987²:129) y se manifiesta de forma específica y focalizada en nuestros actos para minimizar efectos negativos que imponen amenazas sobre la imagen de otras personas. En definitiva, los autores sostienen que el modelo teórico de imágenes permite comprender la función relevante que desempeña la cortesía en la comunicación entre los humanos y, por tanto, atribuyen a esta conceptualización el valor universal.

3.2. La “universalidad” de la imagen y el lenguaje honorífico japonés

Existen innumerables estudios desarrollados en torno a la teoría de la cortesía de Brown y Levinson y, entre ellos, se encuentran unas críticas, al parecer, motivadas por la reacción respecto a un término que figura en la conceptualización de “imagen”: la universalidad. Algunos investigadores japoneses cuestionaron el carácter universal

mencionado, alegando sus carencias para poder explicar los fenómenos que se observan en el uso del lenguaje honorífico japonés.

Por una parte, Ide señala que la manifestación de la deferencia en la lengua japonesa surge, más que en las estrategias interaccionales, de las convenciones sociales, cuya función, según esta autora, no está contemplada en la teoría sostenida por Brown y Levinson (1989:223). Y Matsumoto, por otra parte, pone de relieve los rasgos culturales y sociales compartidos entre los hablantes japoneses, como constituyentes de imágenes para ellos, y reclama la necesidad de incorporar los estudios transversales que abarcan expresiones de la cortesía más amplias para que se fundamente una teoría universal (1989:220).

Respecto a estas manifestaciones, otra investigadora de la misma nacionalidad, Usami (2008), informa que las perspectivas de las autoras del párrafo anterior se quedaron obsoletas posteriormente y, asimismo, afirma que la comparación entre una imagen conceptualizada por las características de una lengua específica (japonesa, en este caso) y unos principios, como los de la universalidad en la teoría de cortesía de Brown y Levinson, no constituye motivos para cuestionar estos últimos porque cada uno pertenece a un campo de estudio distinto. De hecho, según esta sociolingüista japonesa, la metodología de abordar los estudios acerca de la cortesía se ha dividido en dos líneas a lo largo de los últimos treinta años, dependiendo del objetivo propio de investigación: básicamente, entre la descriptiva y la teórica. La primera, la investigación descriptiva de la cortesía se desmarca de la búsqueda de la teoría universal y se dedica a analizar la realización de la cortesía en diferentes culturas y lenguas. Mientras que la segunda, la teórica, consiste en perseguir principios comunes que explican las motivaciones que

inducen a la cortesía y la descortesía en las interacciones humanas de culturas diferentes (Usami, 2008:4-8).

En lo que se refiere a la investigación descriptiva de la cortesía, Usami insiste tajantemente en la necesidad de análisis dentro del discurso, es decir, examinar el texto desde la perspectiva pragmática en lugar de medir el grado de cortesía a nivel oracional. En cuanto a las lenguas que no disponen del lenguaje honorífico, como el español, propone enfocar en el uso de lengua desde la perspectiva sociolingüística y empírica con el fin de localizar funciones equivalentes que desempeña el lenguaje honorífico. En definitiva, el análisis del lenguaje cortés ha de ser meticuloso e interdisciplinar en observar cómo intervienen los recursos lingüísticos y los actos de habla pertinentes para conocer el modo por el que se transmite la cortesía lingüística al interlocutor (Ibid. 2008:17).

El proceso de la investigación en el presente trabajo se apoya en esta perspectiva que expone Usami y otros muchos expertos, y, desde luego, no se aleja de la conceptualización de imagen de Brown y Levinson. La consideramos como una plataforma fundamental en la que desarrollaremos el análisis de fenómenos de la cortesía que se manifiestan en los enunciados exhortativos de español y de japonés.

3.3. Los actos de habla exhortativos

En *How to do things with words* (1962), J. L. Austin planteó una duda sobre la función de “oración” (*sentence*) y de “enunciado” (*statement*) desde la perspectiva gramática y la filosófica del lenguaje, alegando que las expresiones de deseo, orden y concesión no

figuraban en ninguna de estas dos categorías de forma razonable. Su investigación en busca de conocer el límite del “enunciado”, en una época en la que su significado carece de una definición concreta (*strictly nonsense*, *unsystematic* y *mysterious* son las palabras propias del autor, dirigidas a las explicaciones que se daban por entonces sobre enunciados, especialmente, en el plano filosófico [Ibid. 1962:2])), cristalizó en una teoría pionera, sostenida por nuevos términos creados por él: “acto locutivo”, “acto ilocutivo” y “acto perlocutivo”, que hoy se conocen como los componentes del acto de habla: la unidad básica de la pragmática.

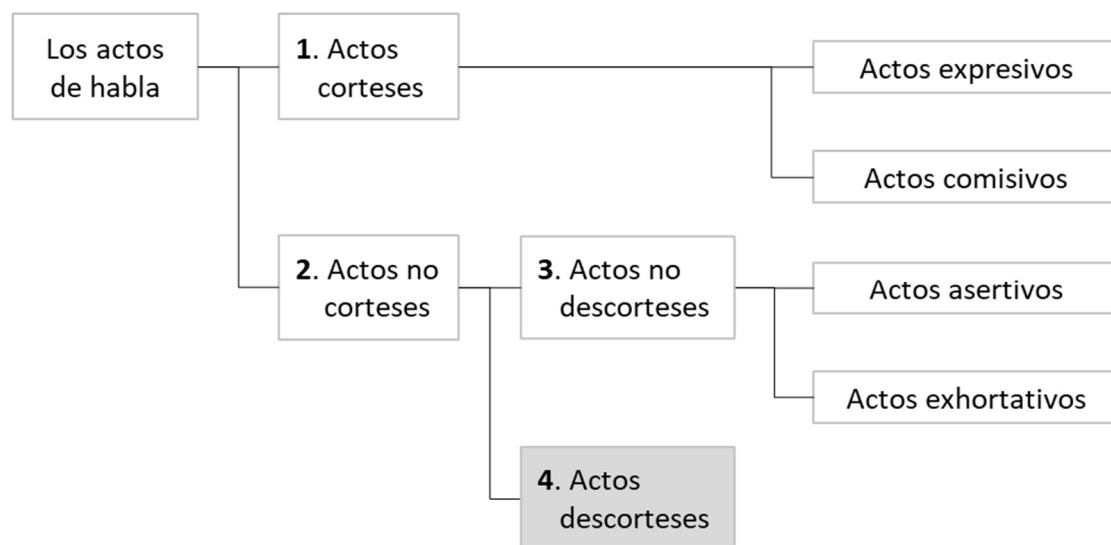
Posteriormente, llega la taxonomía de los actos ilocutivos de la mano de J. R. Searle en *A Clasificación of Illocutionary Acts* (1976), como evolución de las ideas de Austin del párrafo anterior. Dicha clasificación parte de disgregar el acto ilocutivo del verbo ilocutivo, puesto que “*Differences in illocutionary verbs are a good guide but by no means a sure guide to differences in illocutionary acts*” (Searle 1976:2). Por consiguiente, el autor identifica doce tipos de actos ilocutivos en total, y los reagrupa para proponer los cinco siguientes como categorías básicas de los actos ilocutivos: (1) representativos (en adelante, “asertivos”), (2) directivos (en adelante, “exhortativos¹”), (3) comisivos, (4) expresivos y (5) declarativos (Ibid. 1976:10-16).

Ahora, observaremos la relación entre estas cinco categorías de los actos de habla y la cortesía en el estudio pragmlingüístico de Haverkate. El autor toma la tipología elaborada por Searle y efectúa “el análisis del micronivel del acto de habla de acuerdo

¹ Respecto al concepto de “actos de habla exhortativos” en el presente trabajo, hemos seguido a la definición de Haverkate (1994:24) que comprende: “ruego”, “súplica”, “mandato”, “consejo”, “recomendación” e “instrucción”, como expone Figura 2 (véase la página 21).

con la distinción de actos corteses y no corteses” (1994:77), como ilustra el siguiente esquema (véase **Figura 1**):

Figura 1: Taxonomía de los actos de habla y la cortesía por Haverkate (1994:77-79) (adaptación gráfica)



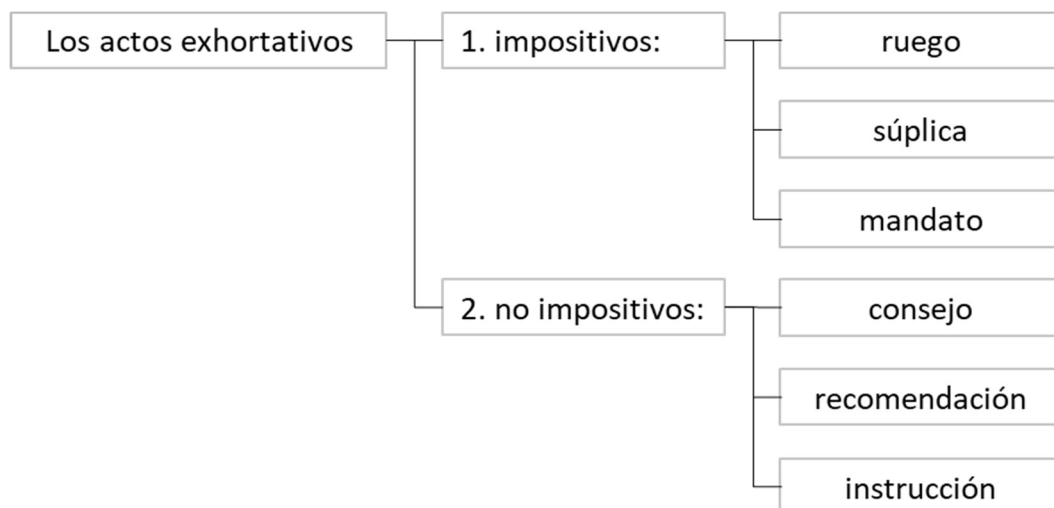
El autor inserta cuatro categorías de la cortesía en la taxonomía de Searle² según “los efectos interaccionales que suministra la realización del acto de habla”. Primero, establece dos categorías principales según la finalidad del mensaje: “1. Actos corteses”, si los actos de habla son para beneficiar al receptor del mensaje (los actos expresivos y comisivos) y “2. Actos no corteses”, en caso contrario. Este último no se refiere necesariamente a un acto descortés, sino que simplemente señala a los actos neutros que no proporcionan beneficios al interlocutor. Por ello, esta categoría se ramifica en otras dos subcategorías: “3. Actos no descorteses”, que abarca los actos asertivos y

² La ausencia de los actos declarativos en Figura 1 se debe a que: “(...) no es pertinente aplicar estrategias de atenuación, puesto que, de acuerdo con Vanderveken (1985: 185), no pueden recibir gradación de la fuerza ilocutiva y siempre se realizan con el mismo grado de fuerza cero” (Albelda Marco 2010: 51).

exhortativos, y “4. Actos descorteses”, cuyos ejemplos representativos son insultar, despreciar y agraviar, por tanto, incompatibles con las estrategias de la cortesía.

Respecto a los actos de habla exhortativos, clasificados en el grupo de los actos no descorteses en la Figura 1, Haverkate denota que la mayor parte de investigaciones sobre la imagen se centran en este aspecto y destaca: “Los actos exhortativos constituyen el prototipo de los actos de habla que amenazan el derecho del individuo para actuar autónomamente” (1994:21), es decir, la exhortación, por su naturaleza, afecta la imagen de otra persona. El siguiente esquema es desglose de los actos relacionados con la exhortación según el mismo autor (véase **Figura 2**):

Figura 2: Clasificación de los actos exhortativos por Haverkate (1994: 24)
(adaptación gráfica)



Haverkate afirma que ambas clases de exhortaciones, tanto impositivas como no impositivas, son actos que invaden el campo intencional del receptor del mensaje, aunque advierte que el grado de imposición es mayor en el primer grupo; los ruegos, las

súplicas y los mandatos son actos que “encierran una apelación inherente a la colaboración” por parte del receptor del mensaje, cuyo beneficiario es, por tanto, el emisor.

Por su parte, Montolío y López Samaniego (2010:222) detallan la perspectiva del párrafo anterior en un análisis sobre tres de los seis actos exhortativos de la Figura 2 —los mandatos, las peticiones y las recomendaciones— dentro del contexto de la comunicación en el ámbito profesional, e identifican “gradualidad” en el beneficio que produce cada acto a favor del emisor de mensaje y, asimismo, la “optatividad” que tiene el receptor de hacer o no hacer el acto exhortado. Las autoras sostienen que este rasgo gradual es la que determina el parámetro de la “directividad” de estos actos de habla y, por ello, permite distinguirlos como los actos de habla impositivos (los mandatos), poco impositivos (las peticiones) y no impositivos (las recomendaciones) y, asimismo, señalan la relevancia del aprendizaje del dominio lingüístico al respecto para los nativos de español. Consideramos que, desde el punto de vista del aprendizaje de ELE, se podrá proponer lo mismo a los alumnos extranjeros que aspiran a trabajar en España o en otros países hispanohablantes.

A modo de resumen de este apartado, el seguimiento de investigaciones realizadas sobre los actos de habla nos ilustra el perfil del estudio de la pragmática y pone de relieve la necesidad de examinar los enunciados que componen los actos de habla dentro de contexto a fin de captar e interpretar la intención del emisor de mensaje según eventos comunicativos. Por tanto, la identificación de lo que pretende el emisor exige un análisis del discurso mediante una visión global sobre el texto, ya que la forma por sí misma no determina la interpretación. De este modo, se obtiene un resultado holístico que abarca

la intención del emisor y la percepción del receptor del mensaje en el discurso. Nuestra investigación —un doble análisis de discurso al tratarse del corpus redactado en español y japonés—, que presentaremos en el capítulo 5, pretende seguir estos principios marcados por los expertos del campo de la pragmática.

3.4. La teoría de instrucción disfrazada

Cuando la taxonomía de Haverkate sobre la exhortación clasifica la “instrucción” como uno de los actos exhortativos no impositivos, el arquitecto y diseñador gráfico estadounidense Richard S. Wurman la perspectiviza mediante la siguiente definición peculiar, pero ilustrativo y resalta un carácter implícito de “instrucción” que subyace en todos y cada uno de los actos comunicativos en la sociedad humana:

Every successful communication is really an instruction in disguise — from love letters to company brochures (Wurman, 2001: 199).

[Cualquier comunicación satisfactoria es, en realidad, una instrucción disfrazada — desde cartas de amor hasta folletos comerciales]

Según este señalamiento, una carta amorosa, confeccionada con palabras dulces y envuelta en una textura romántica, pretende transmitir una “instrucción” del remitente de un modo camuflado: que el receptor de la carta “acepte” formar una relación sentimental con el emisor. Por su parte, en el caso del folleto comercial, la finalidad no es llevar a cabo una presentación de productos a través de información gráfica o textual para llamar atención de posibles clientes; su verdadero objetivo no es otro que incitar y convencerles para que los “compren”, aunque está disfrazado bajo la apariencia de “recomendación”.

Wurman sostiene que la probabilidad de lograr objetivos comunicativos depende, esencialmente, de cómo elaborar “instrucciones” con un disfraz adecuado, compuesto por las estrategias específicas que mitigan el impacto sobre la imagen negativa del receptor del mensaje. Si trasladamos esta idea a las comunicaciones en el ámbito organizacional, podemos afirmar que los mensajes de correos electrónicos en el espacio de trabajo han de ser muy bien revestidos, dado que, en el fondo, estas comunicaciones son “instrucciones” que ordenan al destinatario que haga algo específico, cuya acción impone, exige y obliga al receptor a realizar una reacción determinada según el contexto de cada mensaje (véase **Tabla 1**).

En este listado, hemos enumerado las acciones más frecuentes que motivan transacciones de correos electrónicos en el ámbito organizacional, y las hemos reformulado desde la óptica de Wurman (véase la columna de color amarillo). Este resultado indica que dichas comunicaciones habituales en el espacio de trabajo tienen potencial de provocar conflictos, aunque es obvio que son construcciones que evitamos al formular un *e-mail* de trabajo, ya que es fácil de imaginar los reparos que aduciría el receptor con este tipo de claridad excesiva en el discurso. Desde la vertiente sociolingüística, estos son ejemplos que nos ayudan a reconocer y reconfirmar la necesidad de suavizar mensajes en la comunicación del ámbito organizacional porque, como dice Briz, “Siempre llegan mejor las ideas que se proponen y no se imponen” (2008:171).

Tabla 1: Intenciones subyacentes de correos electrónico en el ámbito laboral (elaboración propia)

Nº	Concepto del mensaje	"ordena" al destinatario...
1.	Solicitud	que ofrezca algo
2.	Información	que tenga en cuenta algo
3.	Notificación	que sepa algo
4.	Confirmación	que reciba mi conformidad
5.	Aviso	que esté alerta con algo
6.	Consulta	que revele o exponga algo
7.	Invitación	que acepte algo
8.	Afirmación	que reciba mi ratificación
9.	Aceptación	que tenga mi visto bueno
10.	Reclamación	que rectifique algo
11.	Negación	que tenga en cuenta mi oposición
12.	Disculpas	que conceda indulgencia
13.	Agradecimiento	que sepa la gratitud que siento
14.	Acuses	que sepa que he recibido algo
15.	Negociación	que hablemos para llegar a un acuerdo
16.	Recordatorio	que no se olvide de algo
17.	Justificación	que sepa mis razonamientos
18.	Felicitación	que sepa la satisfacción que siento

3.5. La cortesía y el mecanismo de atenuación en español

Como exponen las secciones precedentes de este capítulo 3, la necesidad de proteger, fortalecer o reforzar la imagen del receptor de mensaje es la clave para establecer una comunicación fluida en nuestras interacciones sociales. Por ello, los estudios sobre el acto de habla exhortativos están estrechamente ligados a las estrategias de la cortesía lingüística para la consecución de no amenazar la imagen de otras personas.

Según Briz, la cortesía es “un fenómeno de acercamiento o aproximación al otro en busca de un equilibrio social...” y se divide en dos conceptos distintos: el “acto verbal valorizante” y la “cortesía atenuadora”. El autor sitúa, por una parte, el primero como la forma prototípica de la cortesía lingüística, ya que consiste en elevar la imagen positiva del receptor de mensaje para conseguir el fin social. Por otra parte, define el último, la atenuación, como un mecanismo que suaviza el mensaje y evita “posibles tensiones, malentendidos, amenazas a la imagen propia y, sobre todo, ajena” (2006:227-228).

Respecto a los procedimientos y tácticas de atenuación, existen numerosas y diversas propuestas de expertos para clasificarlos. En el caso de Briz, se propone dos categorizaciones generales: “la atenuación estrictamente pragmática” y “la atenuación semántico-pragmática”, como resume el siguiente cuadro (véase **Tabla 2**).

En lo que se respecta al funcionamiento de estos recursos lingüísticos en la lengua japonesa, existen formulaciones idénticas o equivalentes que transmiten los mismos significados que los enunciados de la Tabla 2 sin que se deteriore su valor pragmático en español, aunque algunos de ellos necesitan modificaciones sintácticas³. La única excepción es *el tú impersonalizado*, ya que es una conceptualización totalmente ausente en japonés, cuya dificultad de adquisición es bien conocida entre los alumnos japoneses

³ Por ejemplo, el uso de *uno* y *una* como referencias impersonalizadas no está recogido en la gramática del japonés; por tanto, estos artículos indefinidos se sustituyen por “誰か (*dareka* = alguien)” en las oraciones afirmativas y “誰も (*daremo* = nadie)” en las interrogativas.

en el aprendizaje del inglés, la lengua que comparte este uso del *tú* genérico con el español (Arase 2002).

Tabla 2: Los tipos de atenuación y los atenuantes según Briz (2006)
(adaptación gráfica)

Atenuación estrictamente pragmática		
· Mitiga la fuerza ilocutiva (la intención) de un acto, por ejemplo, asertivo, exhortativo y comisivo.		
1	Atenuación por la acción de por sí atenuadora del verbo performativo	Yo pienso que tampoco me he portado tan mal. (frente a «No me he portado tan mal»)
2	Atenuación por modificación del verbo performativo	Querría que vinierais a mi casa (+ atenuado) Quiero que vengáis a mi casa (-atenuado) Venid a mis bodas de plata (no atenuado)
3	Atenuación por modificaciones modalizadoras	Sé que no tienes tiempo , pero me gustaría decirte una cosa En mi opinión , deberías ir. (modalizadores del acto de habla)
4	Atenuación por elipsis de la conclusión	¿Tú tendrás tabaco rubio por ahí por casualidad? (petición atenuada por elisión de la conclusión «dame un cigarro»)
5	Atenuación por impersonalización del yo	Se dice que fue el suegro el que... (impersonalización con <i>se</i>) Uno no sabe nunca qué hacer en... (el indefinido, uno, una) Hay cosas que tú vas aguantando... (el tú impersonalizado)
6	Atenuación por la despersonalización del tú.	Hay que leer más (+atenuación máxima del reproche) Deberías leer más (-atenuación) Lee más (no atenuación, al menos verbal)
Atenuación semántico-pragmática		
· Mitiga la fuerza ilocutiva del acto de habla o la presencia o afección de los participantes de la enunciación.		
7	Atenuación de un elemento por modificación gramatical o léxica	Está como muy dulce. Era más o menos aquí.
8	Atenuación de toda la proposición	A: no me he acordado de buscarte en casa el libro que me pediste. B: tú cuando puedas . Tranquila.

En síntesis, el mecanismo de atenuación es un recurso común entre español y japonés para expresar la cortesía lingüística. Adicionalmente, en cuanto a las estrategias específicas de la cortesía para la realización de los actos de habla exhortativos —nuestro interés en este trabajo—, Albelda denota su amplio repertorio del español como el siguiente: otro motivo por el que necesitamos trabajar con corpus de la lengua en uso para conocer sus funcionamientos.

Los mecanismos para atenuar los actos directivos son numerosos y muy diversos. Así, por ejemplo, se puede conjugar el verbo en condicional o en imperfecto, se emplean verbos y adverbios modales como *poder*, *permitir*, *querer*, fórmulas estereotipadas condicionales o concesivas del tipo *si no es mucha molestia/si no es mucho problema/si no le importa*, preguntas indirectas, etc. (Albelda Marco 2010:52)

A modo de resumen de este capítulo, las perspectivas de los expertos sobre la teoría universal de imagen concurren unánimemente en la necesidad de respetar la imagen negativa del receptor de los actos de habla exhortativos y, por eso, sostienen la necesidad del uso de la cortesía lingüística para aumentar la probabilidad de obtener éxito comunicativo.

Dicho esto, la pregunta que se nos plantea es que si son iguales o hay diferencias en la realización de la cortesía lingüística y el empleo del mecanismo de atenuación en la comunicación escrita del ámbito organizacional español y japonés. Y, si existen rasgos que distan significativamente estas dos lenguas, hemos de saber cómo y porqué se manifiestan tales diferencias y en qué contexto ocurren porque, sin duda, son de gran interés para los alumnos de ELE que desean adquirir un lenguaje que se adapta a los eventos comunicativos que suceden en el espacio de trabajo.

Para abordar esta cuestión, es ineludible revisar el sistema lingüístico del japonés que se utiliza para proporcionar la cortesía al discurso y, asimismo, tener la noción de cuáles son las formas textuales homólogas en español para reflejar el mismo significado dentro del contexto de ámbito organizacional. A continuación, descubriremos el entorno de la ya mencionada lengua en la sociedad japonesa desde las vertientes socioculturales y lingüísticas.

4. El lenguaje honorífico japonés

4.1. Aspectos socioculturales

La adquisición del lenguaje formal requiere un largo período de tiempo. Esto es, por ser una destreza que se desarrolla a medida que evoluciona la percepción del individuo en sociedad y, también, está estrechamente relacionada con la transformación del estatus personal dentro de ella. Por tanto, el uso del lenguaje formal está condicionado por el entorno social y situaciones de la vida de los usuarios que forman un círculo de interacciones en el que dicho lenguaje funciona como protocolo social. El papel que desempeña 敬(*kei*)語(*go*) (*keigo* = el lenguaje honorífico) en la sociedad japonesa no es una excepción y Haverkate describe sus características a través de la siguiente explicación:

... los hablantes de japonés disponen de relativamente pocas opciones estratégicas, puesto que el rígido sistema de la interacción honorífica les obliga a hacer uso de expresiones de cortesía preestablecidas por la relación social entre los interlocutores. Para el japonés, por tanto, la cortesía verbal no se manifiesta tanto a través de un conjunto de normas flexibles, adaptables a la situación comunicativa concreta, como a través de un sistema de reglas determinadas por la jerarquía social, que se aplican más o menos automáticamente (Haverkate, 1994:12-13).

Por su parte, Brown y Levinson dedicaron numerosas páginas a analizar el sistema del lenguaje honorífico japonés en su obra. Tras enumerar los elementos principales que lo constituyen, resumen la cuestión de la siguiente manera:

Debería quedar claro que la sintaxis y la semántica del japonés son profundamente afectadas por esta instrucción de la fuerza social sobre el sistema de pronombres y de verbos (Brown y Levinson 1987²:281).

Pese a que hayan pasado décadas desde la publicación de “*Politeness : Some universals in language usage*”, esta puntualización sigue siendo totalmente vigente en Japón y el uso del lenguaje honorífico está considerado como un requisito indispensable para establecer relaciones sociales.

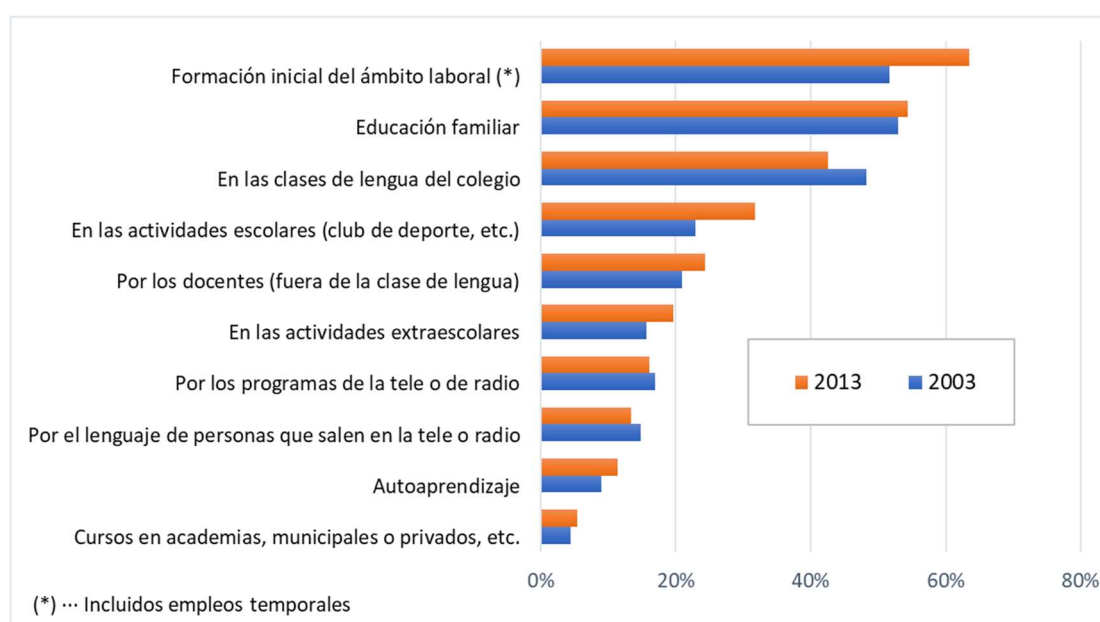
Según la encuesta realizada por el Ministerio de Educación de Japón en 2013 (véase **Gráfico 1** [2013:14]), un 98% de los japoneses considera que el lenguaje honorífico es una habilidad necesaria (la suma de respuestas entre “Es necesario” y “Es necesario hasta cierto nivel”), y cabe destacar que dicho índice es creciente con respecto a los datos recabados una década atrás. En cuanto a los ámbitos en los que se adquiere el lenguaje honorífico, la misma encuesta indica que se extienden a diferentes etapas de la vida, es decir, existe un proceso de aprendizaje gradual de esta forma de habla según la edad y el entorno de vida de cada individuo (véase **Gráfico 2** [2013:14]).

Para la mayoría de los japoneses de nuestra época, el primer contacto con el lenguaje honorífico sucede cuando los padres incitan a sus hijos a hablar de un modo educado con los vecinos o con los maestros de la guardería, es decir, a los 3 o 4 años. Después, se desarrolla el aprendizaje entre los 6 y 15 años ya en la educación primaria y la secundaria según establece el plan curricular en las clases de lengua. Tras ello, cuando comienzan a trabajar de forma parcial a partir de los 16 años durante unas horas al día, —una forma laboral compaginada con los estudios: muy extendida entre los jóvenes—, empiezan a poner en práctica lo aprendido sobre el lenguaje honorífico en situaciones formales de la vida real.

Gráfico 1: Encuesta nacional sobre la necesidad del lenguaje honorífico
(Fuente: Ministerio de Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología de Japón)



Gráfico 2: Encuesta nacional sobre el ámbito de adquisición del lenguaje honorífico
(Fuente: Ministerio de Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología de Japón)



La mayoría de estos trabajos temporales a tiempo parcial para los estudiantes se realizan fuera de la oficina —camareros, dependientes, personal de fábrica, etc.— y el desarrollo de la destreza de la cortesía lingüística se centra, por tanto, en las interacciones conversacionales y, en general, no en la comunicación escrita.

Entre los datos de las encuestas anteriores, parece interesante el mayor valor registrado en el Gráfico 2: más de la mitad de los encuestados señalan que fue en el lugar de trabajo (empleos temporales incluidos) donde adquirieron el dominio del lenguaje honorífico. Esto no indica, sin embargo, que fuese el momento inicial del aprendizaje de lenguaje formal, sino que señala la fase en la que perfeccionaron su uso al completar el aspecto que carecía hasta entonces: la escritura formal. A diferencia de la oralidad, la escriturad no es universal para todos los individuos, ya que se trata de una operación para “trasladar el lenguaje desde el mundo sensorial de la oralidad y la audición hacia el universo silencioso de la vista” (Montolío 2014:7), es decir, la adquisición de la escriturad es cognitivamente costosa y requiere entrenamientos específicos según su fin comunicativo. Por ello, las empresas y organizaciones japonesas operan un sistema formativo llamado *Formación inicial de los recién incorporados* para cubrir esta necesidad de la escritura en el ámbito profesional.

Como se observa en la siguiente tabla (véase **Tabla 3**), el contenido de la *formación inicial* abarca diversos aspectos: desde las conductas físicas y lingüísticas hasta las formas de vestir, y, desde luego, no faltan detalles de los protocolos tradicionales japoneses según situaciones. Cabe destacar que cualquier falta mínima cometida en el cumplimiento de estos ítems no se considera como un descuido personal o una simple falta de educación, sino que puede llegar a considerarse como falta del sentido común

Tabla 3: Ejemplo del contenido de formación interna de una empresa japonesa

Nº	Tema	Nº	Contenido
1	Orientación general	1.1	Presentación de la entidad, actividades y su entorno
2	Primeras impresiones apropiadas de un miembro de la sociedad	2.1	Vestimenta adecuada
		2.2	Posturas correctas (de pie, en silla, forma de caminar)
		2.3	Formas de saludos adecuados
3	Conciencia de un miembro de la sociedad	3.1	Diferencias entre la vida estudiantil y la profesional
4	Conductas básicas en el lugar de trabajo	4.1	Cumplimiento de las normas internas
		4.2	Entorno del trabajo: ordenado y limpio
		4.3	Conductas adecuadas durante la jornada laboral
5	Comunicación	5.1	Relevancia y valor de la comunicación
		5.2	Importancia del trabajo en equipo
6	Actitudes ejemplares en el lugar de trabajo	6.1	Resultado como factor determinante para la evaluación
		6.2	Definición de actitudes profesionales
		6.3	Procedimientos efectivos del trabajo
		6.4	Formas para recibir instrucciones e informar resultados
		6.5	Decisión sobre el orden de prioridad
		6.6	Postura proactiva en el lugar de trabajo
7	Lenguaje adecuado de un miembro de la sociedad	7.1	Lenguaje para comunicarse con celeridad y precisión
		7.2	Lenguaje que proporciona impresiones positivas
		7.3	Adquisición de expresiones claras y suaves
		7.4	Uso adecuado del lenguaje honorífico
		7.5	Adaptación del lenguaje según la situación
8	Formas básicas para tratar llamadas telefónicas	8.1	Imagen institucional en las llamadas telefónicas
		8.2	Celeridad, precisión y formas en llamadas telefónicas
		8.3	Reglas básicas para recibir llamadas telefónicas
		8.4	Reglas básicas para realizar llamadas telefónicas
9	Normas para atender visitantes y para visitar a otros	9.1	Imagen institucional que proyecta un personal
		9.2	Reglas básicas para atender visitantes
		9.3	Formas de reverencias correctas
		9.4	Uso correcto de tarjetas de visita
		9.5	Normas para guiar a los visitantes
		9.6	Formalidad y modo en la sala de visitas
		9.7	Formalidad y modo para presentarse a sí mismo
10	Escritos profesionales	10.1	Reglas básicas de la escritura profesional
		10.2	Cómo escribir nombres del destinatario
11	Autoplanificación de objetivos personales	-	-

en la sociedad japonesa. E, incluso, puede llegar a comprenderse como falta de respeto de una entidad a la otra, o mejor dicho, como una ofensa a nivel organizacional en casos extremos.

Por ello, este seminario no es una simple formación para los jóvenes japoneses, sino que se considera como un “ritual” de altísima relevancia para ellos antes de formar parte de la sociedad. Al parecer, una formación preparatoria de esta índole no es muy frecuente en el mundo occidental, de hecho, la antropóloga estadounidense Cynthia D. Dunn, que investigó esta tradición japonesa, participando ella misma en esta formación de una entidad japonesa, la describe como del siguiente modo:

The training does, however, give insight into both Japanese ideologies of politeness and how those ideologies are constructed and reinforced through a particular set of pedagogical practices. We have seen that business manners training incorporates both “formal forms” such as honorifics and a wide variety of “verbal strategies”, confirming that both aspects of language use, as well as other types of embodied actions, are central to the understanding and enactment of polite behavior in the Japanese business world (Dunn, 2011:3653).

Las destrezas del lenguaje formal a que se refiere esta autora corresponden a los apartados 7 y 10 de la Tabla 3, que establecen las pautas de la comunicación en el ámbito organizacional para que las formas de habla que utilizan los empleados, tanto orales como escritas, sean aceptables en las interacciones del mundo laboral. En efecto, se trata de una estandarización lingüística de los miembros de la entidad con el fin de producir los mismos efectos comunicativos y formales indiferentemente de quién sea el emisor del mensaje.

En lo que se refiere a la destreza de expresión escrita en esta formación, el aprendizaje gira en torno a dos ejes: primero, se centra en la redacción de mensajes enfocada en la concisión textual. Dicha característica facilita organizar la información y proyectarla en un espacio compacto y, consecuentemente, contribuye no solo a la celeridad en la redacción del texto para el emisor, sino también a la interpretación del contenido de mensaje por parte del receptor en un tiempo reducido. Esto, a su vez, puede ser un buen aliado para elevar el grado de precisión del texto, ya que exponer información dentro de una extensión limitada de palabras obliga a la mente del emisor a realizar una selección exhaustiva de términos realmente necesarios para estructurar el discurso.

Y, segundo, como es de imaginar, por muy organizado y conciso que sea el texto del mensaje, no será efectivo si el lector recibe una impresión brusca o violenta de su textura, ya que la comunicación interpersonal no es un mero intercambio de datos o información, sino que también consiste en crear una relación humana entre los participantes, tal y como definen Calsamigla y Tusón: “*Comunicación* que se entiende, no tanto como un simple y mecánico proceso de transmisión de información entre dos polos, sino como un proceso interactivo mucho más complejo que incluye la continua interpretación de intenciones expresadas verbal y no verbalmente, de forma directa, indirecta o velada” (2012:2). En las mismas líneas, Briz afirma “...para que su mensaje sea eficaz no es suficiente con que sea bueno, novedoso o brillante. Se lo está dirigiendo a personas y, por ende, el modo de expresarlo afectará a su aceptación” (2008:169). Y, desde luego, una comunicación escrita en el ámbito organizacional no se escapa de estos principios. Por ello, el ítem 7.4 de la Tabla 3 está destinado al uso de “lenguaje honorífico”, el recurso principal de la cortesía lingüística en la lengua japonesa.

El entrenamiento de estas dos habilidades de expresión escrita se realiza mediante cursos intensivos y/o a lo largo de los primeros años de trabajo bajo la supervisión del jefe o de compañeros de mayor antigüedad. El motivo de tanto cuidado al respecto es que los japoneses creen firmemente que la brevedad del texto y su confección formal son condiciones necesarias para lograr la claridad e inteligibilidad del texto y, por consiguiente, favorecen mejorar el rendimiento comunicativo en general para gestionar tareas diarias. En el apartado siguiente, observaremos la imagen social y la utilidad de esta forma lingüística entre los japoneses.

4.2. Función histórica y actual

El lenguaje honorífico está profundamente arraigado en la historia de la lengua japonesa y su uso en la escritura se aprecia en un escrito del siglo VIII, el más antiguo que se conserva en el país. Asada (2014) atribuye el nacimiento de la deferencia en Japón a aquellas oraciones dedicadas a la naturaleza para venerar su bondad y calmar su ira —tifones, tsunamis, terremotos, erupciones volcánicas etc.—, que es un culto que se mantiene intacto entre los habitantes de Japón hasta la fecha de hoy bajo el nombre de “sintoísmo”.

Dicha creencia consiste en considerar que todos los elementos y fenómenos naturales —desde el sol, viento, montañas, bosque, corrientes de agua, seres vivos que habitan en ellos, cualesquiera vegetaciones hasta un grano de arroz— son criaturas que poseen un espíritu y merecen ser honradas. Este politeísmo, la religión prehistórica-nativa del país, fomentó la creación de un lenguaje específico para que el pueblo pudiese comunicarse con estos “dioses” para expresarles sus deseos, agradecimientos o súplicas de ayuda con

la esperanza de que convirtiesen en realidad todo aquello que se necesitaba por el bien de la comunidad: que lloviese para la cosecha, que no se repitiesen los terremotos, que se calmasen los volcanes, etc.

Posteriormente, la aparición de la jerarquía social de los humanos fomentó el uso de ese lenguaje especial, reservado hasta entonces para contactar con los dioses, en las interacciones con los individuos que formaban las clases privilegiadas. Así, el proceso de gramaticalización continuó a lo largo de la historia del país y llegó a implementar una forma de habla específica según la clase social de cada persona. Dicha discriminación lingüística formaba parte de la sociedad japonesa como norma social hasta las primeras décadas del siglo XX.

En la actualidad, el concepto del lenguaje honorífico se aleja de aquellos usos históricos, que obligaban al pueblo a usar un tipo de habla de forma discriminada según estatus individual, y se ha convertido en uno de los modos personales de la expresión comunicativa (Ministerio de Educación, Cultura, Deportes 2007). Y, como se señaló en el apartado 4.1, su empleo como protocolo social está muy extendido y consolidado entre los japoneses.

Dicho esto, la enorme dimensión sociocultural que adquiere el lenguaje honorífico en Japón nos suscita un cierto temor: la interferencia de interlengua en la forma de hablar o de escribir en español del alumnado japonés en contextos formales. Entre los métodos didácticos de segundas lenguas para afrontar este riesgo potencial, descartamos, rotundamente, la posibilidad de aprendizaje basada en el método gramática-traducción, dado que es una manera útil para conocer la gramática, pero no es apropiado para tratar

los fenómenos del campo de la pragmática como la cortesía lingüística. Además, las traducciones conllevan inherentemente algunos defectos para la enseñanza de segundas lenguas. Véase la triple advertencia de Wandruszka al respecto:

Las imperfecciones de la traducción se deben a tres causas: el imperfecto bilingüismo del traductor, la imperfección de las correspondencias entre las dos lenguas y, a su vez, la imperfección propia de cada una de las lenguas (Wandruszka 1971:11).

Desde el punto de vista de la pragmática, apoyaremos otra metodología: ofrecer un aprendizaje de español contextualizado y basado en los resultados del análisis contrastivo. Por ello, describiremos en el siguiente apartado el funcionamiento del lenguaje honorífico japonés con los ejemplos procedentes del contexto del ámbito organizacional.

4.3. Aspectos gramaticales

A continuación, resumiremos brevemente el mecanismo del lenguaje honorífico japonés de acuerdo con la definición que ofrece la guía oficial del Ministerio de Educación de Japón sobre la enseñanza del lenguaje honorífico (2007).

El estilo de escritura del japonés se divide en dos tipos: por una parte, el estilo estándar (“Joutai” [常体]: **EE** en adelante), una forma sobria y directa que se emplea para redactar los artículos de periódicos, informes, documentos administrativos y jurídicos, etc. Y, por otra, el estilo cortés (“Keitai” [敬体]: **EC** en adelante) que transmite la deferencia lingüística en las comunicaciones interpersonales tanto en los ámbitos personales como profesionales; cartas, textos de carácter divulgativo como revistas, folletos comerciales

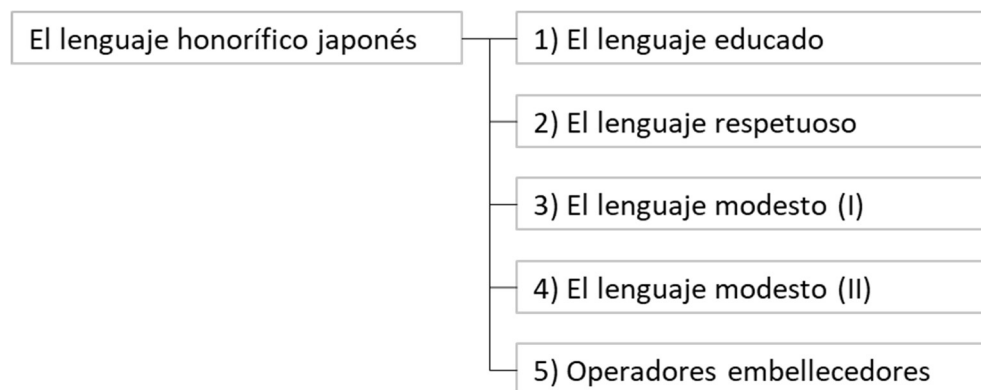
o información en la página web son algunos medios comunicativos que emplean este estilo.

Como es imaginable, estos dos estilos no se pueden mezclar dentro de un discurso y, por ello, se trabaja exhaustivamente en las clases de lengua de Japón para distinguir estas dos formas según lo programado en el plan curricular de la enseñanza obligatoria, en concreto, a los 6, 7, 10, 11, 13 y 14 años de un modo gradual (Ministerio de Educación 2008, 2017) y, después, ya en el instituto, se aprende un empleo aún más formal y práctico (Ibid. 2010) conforme al nivel de lenguaje formal que se exige a una persona adulta.

Ahora bien, la escritura de correos electrónicos del ámbito organizacional se elabora con el estilo cortés, y su núcleo es el lenguaje honorífico japonés (“Keigo” [敬語]). La rigidez de este lenguaje a la que se refiere Haverkate (1994:4.1) en comparación con las lenguas occidentales se explica por el uso de términos y expresiones exclusivos para transmitir la cortesía, es decir, la lengua japonesa dispone de un registro reservado únicamente para este fin. Por este motivo, la cortesía lingüística del japonés no solo depende de estrategias sintácticas o de palabras de uso común, como ocurre en las lenguas occidentales, sino que también se constituye, especialmente, sobre el uso de términos que transmiten la cortesía de forma inequívoca.

El manual sobre el lenguaje honorífico, elaborado por el Ministerio de Educación (2007) y utilizado por los docentes del sistema educativo japonés para programar las unidades didácticas de lengua, presenta el lenguaje honorífico en las cinco siguientes categorías (véase **Figura 3**):

Figura 3: Las cinco categorías del lenguaje honorífico



Esta clasificación se basa, entre otros factores, en cuál es el agente del enunciado, el destinatario del mensaje, el grado de cortesía, etc. como expondremos a continuación.

4.3.1. Lenguaje educado

El lenguaje educado es la primera forma de cortesía lingüística que adquieren los japoneses —a los 3 o 4 años— y se utiliza para comunicarse con los individuos externos al círculo familiar o amistoso: vecinos, maestros, amigos de mayor edad, dependientes de tienda, etc. Su grado de cortesía es medio-bajo y se emplea tanto en la comunicación oral como escrita en diversos eventos comunicativos. Por estos motivos, el lenguaje educado es el modo escogido para enseñar a los alumnos extranjeros como la forma básica de la lengua japonesa.

La construcción de este lenguaje es relativamente simple dentro del repertorio del lenguaje honorífico, dado que consiste en modificar el morfema de los verbos sustituyéndolo por “desu” o “masu” (“deshita” o “mashita” en tiempo de pasado), cuya selección depende del tipo de la etimología de cada verbo. De este modo, se añade al

enunciado valor formal y, por consiguiente, se muestra el sentido de cortesía hacia el interlocutor de forma explícita.

<p>[1] Las ventas van bien este mes.</p>	<p>今月の販売は好調だ。(EE) Kongetsu no hanbai ha koucyou da</p> <p>今月の販売は好調です。(EC) Kongetsu no hanbai ha koucyou desu</p>
<p>[2] Ya ha llegado el documento.</p>	<p>書類はもう届いた。(EE) Syorui ha mou todoita</p> <p>書類はもう届きました。(EC) Syorui ha mou todokimashita</p>

4.3.2. Lenguaje respetuoso

El lenguaje respetuoso es el modo que transmite un alto grado de cortesía hacia el receptor del mensaje. Según el mencionado manual del Ministerio de Educación (2007), se utiliza para “describir acciones, asuntos, estados del interlocutor o de terceras personas situándolo(s) en una posición superior dentro del marco lingüístico”.

La explicación subrayada en el párrafo anterior es algo curiosa y llamativa, ya que no se presenta como “lenguaje para respetar a alguien” o “una forma de habla para mostrar el respeto a alguien”. Esto es, la apreciación sincera hacia otras personas no es el único motivo para tratarlas con el lenguaje respetuoso como muestra de dicho sentimiento; a saber, a causa de la evolución social y la diversificación comunicativa actual, los estatus o cargos sociales mismos —ser cliente, docente, jefe de trabajo etc.— también pueden

ser motivos para tratar a otros individuos de modo cortés. Así, la aplicación de esta conceptualización se traduce en la fluidez comunicativa interpersonal y facilita un mejor funcionamiento de la sociedad general. De ahí que el uso del lenguaje honorífico sea justificable hacia aquellas personas por las que no se siente necesariamente respeto personal (Ibid. 2007:33-34). De este modo, el Ministerio de Educación intenta justificar el uso del lenguaje respetuoso en la sociedad actual como una herramienta meramente lingüística y propone desvincularlo del ámbito de sentimientos personales según situaciones y, también, de aquellas costumbres sociales que imponían el uso de un lenguaje condescendiente como normas discriminatorias en la sociedad de las épocas anteriores.

Volviendo a los aspectos gramaticales del lenguaje respetuoso, cabe remarcar que es un modo que se emplea únicamente para expresar las acciones que realizan otros individuos, es decir, el emisor de mensaje no puede ser agente de los enunciados formados con este lenguaje. La construcción de este modo se realiza a través del uso de términos específicos, es decir, la cortesía reside en el significado preestablecido de las palabras que se empleen. En caso de los verbos, como expone el siguiente ejemplo, la traducción literal del verbo “venir” es “kuru (来る)”, sin embargo, el lenguaje respetuoso exige sustituirlo por otro distinto: “mieru (見える)”. El significado literal de este último es “aparecer”, pero conlleva la connotación de “se molesta en”, por tanto, es un término orientado a mostrar explícitamente un tratamiento respetuoso hacia el agente de la acción y se combina, además, con “desu” o “masu” del lenguaje educado (véase el apartado 4.3.1) con la modificación pertinente del tema verbal. De este modo, el

lenguaje respetuoso manifiesta la máxima cortesía lingüística en los eventos comunicativos en japonés.

[3] El presidente vendrá a las 3.	<p>社長は 3 時に来る。(EE) Shacyou ha san-ji ni kuru.</p> <p>社長は 3 時に見えます。(EC) Shacyou ha san-ji ni miemasu.</p>
-----------------------------------	---

En esta misma línea, los asuntos (sustantivos) y los estados (adjetivos), relacionados con la persona a la que se dedica el tratamiento respetuoso, se expresan mediante el uso de partículas “o” o “go” como prefijos de estos términos. El uso de este recurso es simultáneo con el de los verbos del lenguaje respetuoso dentro de un mismo enunciado.

[4] ¿Cuál es la dirección de esa persona?	<p>その人の住所はどこ？(EE) Sono hito no juusyo ha doko?</p> <p>その人のご住所はどちらですか？(EC) Sono hito no gojuusyo ha dochiradesuka? (<i>juusyo</i> [neutro]= dirección)</p>
[5] Parece que usted está muy ocupado.	<p>あなたはとても忙しいみたいだ。(EE) Anata ha totemo isogashii mitaيدا.</p> <p>あなたはとてもお忙しいようですね。(EC) Anata ha totemo oisogashii youdesune. (<i>isogashii</i> [neutro]= estar ocupado/a)</p>

4.3.3. Lenguaje modesto (I)

La función del lenguaje modesto es “describir acciones o asuntos del propio emisor del mensaje situándose a sí mismo en una posición inferior dentro del marco lingüístico” (Ministerio de Educación, Cultura, Deportes 2007). Es decir, a diferencia del lenguaje respetuoso, el agente del enunciado es el emisor de mensaje mismo. En este modo, llamado lenguaje modesto (I), las acciones que realiza el autor o los asuntos relacionados con él están dirigidos u orientados al receptor de mensaje o a terceros a los que el emisor desea tratar con cortesía.

Por ejemplo, la semántica del verbo del siguiente ejemplo, “visitar”, indica que es una acción orientada a alguien o a un lugar que irá a ver el emisor. Al igual que el lenguaje respetuoso, su construcción requiere el uso de un registro reservado exclusivamente para mostrar, en este caso, la modestia. Por ejemplo, la palabra equivalente a “visitar” es “tazuneru (訪ねる)” en japonés y esta forma estándar, que carece de connotación de la deferencia, se sustituye por “ukagau (伺う)”, cuyo significado es “visitar a alguien o un sitio con el debido respeto a / con permiso de la persona que me recibe”. Asimismo, del mismo modo que el lenguaje respetuoso, se expresa combinado con el uso del morfema del lenguaje educado (“desu” o “masu”).

<p>[6] Visitaremos a usted en su oficina.</p>	<p>私達はあなたの職場を訪ねる。(EE) Watashitachi ha anata no syokuba wo tazuneru. 私達はあなたの職場に伺います。(EC) Watashitachi ha anata no syokuba ni ukagaimasu.</p>
---	---

En cuanto a los asuntos (sustantivos) relacionados con el emisor y que están dirigidos hacia la persona a la que el emisor muestra la cortesía —una explicación orientada al cliente, una carta dirigida a un proveedor, entre otros—, se añaden las partículas “o” o “go” dependiendo del tipo de sustantivo. En el contexto de los siguientes ejemplos, “explicación” (“setsumei” [説明]) y “carta” (“tegami” [手紙]), son los asuntos destinados a los receptores del mensaje a los que el emisor trata con cortesía.

<p>[7] Les voy a dar unas explicaciones sobre la situación de ventas del mes anterior.</p>	<p>先月の販売進捗を説明する。(EE) Sengetsu no hanbai shincyoku wo setsumei suru. 先月の販売進捗をご説明いたします。(EC) Sengetsu no hanbai shincyoku wo go setsumei itashimasu. (<i>setsumei</i> [neutro]= explicación)</p>
<p>[8] Nuestro departamento de Calidad les enviará una carta mañana.</p>	<p>弊社の品質管理部より手紙を送る。(EE) Heisha no hinshitsu kanribu yori tegami wo okuru. 弊社の品質管理部よりお手紙をお送りいたします。(EC) Heisha no hinshitsu kanribu yori o tegami wo ookuriitashimasu (<i>tegami</i> [neutro]= carta)</p>

Estos prefijos (“o” o “go”) de este apartado comparten su apariencia con los del lenguaje respetuoso (véase el apartado 4.3.2), no obstante, no es una muestra de respeto hacia otros individuos, sino que es una expresión modesta por parte del emisor del mensaje para informar sus propios actos.

4.3.4. Lenguaje modesto (II)

Cuando el emisor quiere describir de un modo cortés una acción que recae sobre sí mismo, en otras palabras, si esa acción no está orientada ni destinada a los demás, también se emplean verbos de uso específico y reservado para describir acciones de esta índole. Este modo, denominado el lenguaje modesto (II), requiere el uso de términos verbales que pertenecen a un grupo distinto a las formas presentadas en los dos apartados anteriores (4.3.1 y 4.3.2). La traducción del verbo “ir” es “iku (行く)” en el estilo estándar, por tanto, no posee propiedades de la deferencia. Para expresarse con el valor formal, se utiliza “mairu (参る)” que sí que conlleva la connotación cortés de “humildemente”. En el ejemplo de abajo, el destino de desplazamiento del emisor no está vinculado con su interlocutor u otras personas y solamente expone la acción propia del emisor de una manera modesta ante los demás. Una vez más, el uso de los verbos de este lenguaje se completa combinándose con la aplicación del morfema del lenguaje educado (“desu” o “masu”).

<p>[9] A partir de mañana iré al extranjero por negocio.</p>	<p>明日から仕事で海外に行く。(EE) Asu kara shigoto de kaigai ni iku.</p> <p>明日から仕事で海外に参ります。(EC) Asu kara shigoto de kaigai ni mairimasu.</p>
--	---

En el mismo contexto, existen palabras de uso exclusivo para expresar los asuntos relacionados con el emisor de un modo modesto; por ejemplo, a la hora de mencionar la empresa de la que uno forma parte, se dice “nuestra empresa/entidad/organización” en español. En el caso de japonés, no obstante, pese a que existe una expresión

equivalente de traducción directa (“wagasha” [我が社]), su uso está restringido para ocasiones determinadas, ya que existe riesgo potencial de que el receptor de mensaje perciba ironía o un deje de arrogancia, sobre todo, cuando el emisor es miembro de grandes empresas. Por tanto, tradicionalmente, es más frecuente y aceptado el uso de otras formas que expresan la modestia explícita, como “heisha (弊社)” o “syousha (小社)”, cuyos significados son “nuestra modesta empresa” y “nuestra pequeña empresa”, respectivamente.

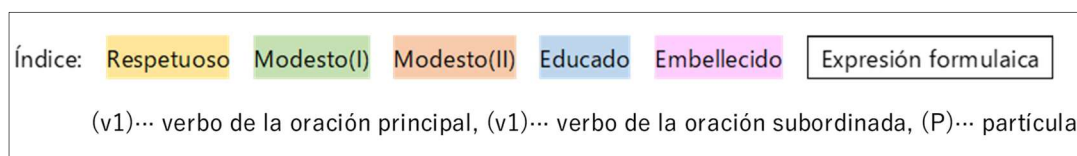
4.3.5. Operadores de embellecimiento

La última estrategia del lenguaje honorífico japonés consiste en el uso variante de las partículas “o” y “go”. Como hemos observado en los apartados 4.3.2. y 4.3.3., estos prefijos encabezan sustantivos o adjetivos y convierten estos términos en los constituyentes del lenguaje respetuoso o de modestia. Ahora bien, existe un tercer uso de “o” y “go”, aunque su ámbito de uso es fundamentalmente en la oralidad: se combina con sustantivos y los “embellece” como una muestra de apreciación hacia la cualidad que poseen los objetos que representan estos términos. Por ejemplo, el arroz “kome (米)”, que es el alimento fundamental en la dieta de los japoneses, se suele llamar como “okome (お米)” en lugar de “kome”. Del mismo modo, en los bares o restaurantes, los camareros preguntan a sus clientes qué bebida o comida quieren tomar mediante el empleo de estos operadores de embellecimiento (bebida = “nomimono” 飲み物 [EE] → “onomimono お飲み物 [EC]”, comida = “ryouri 料理 [EE]” → “oryouri” お料理 [EC]).

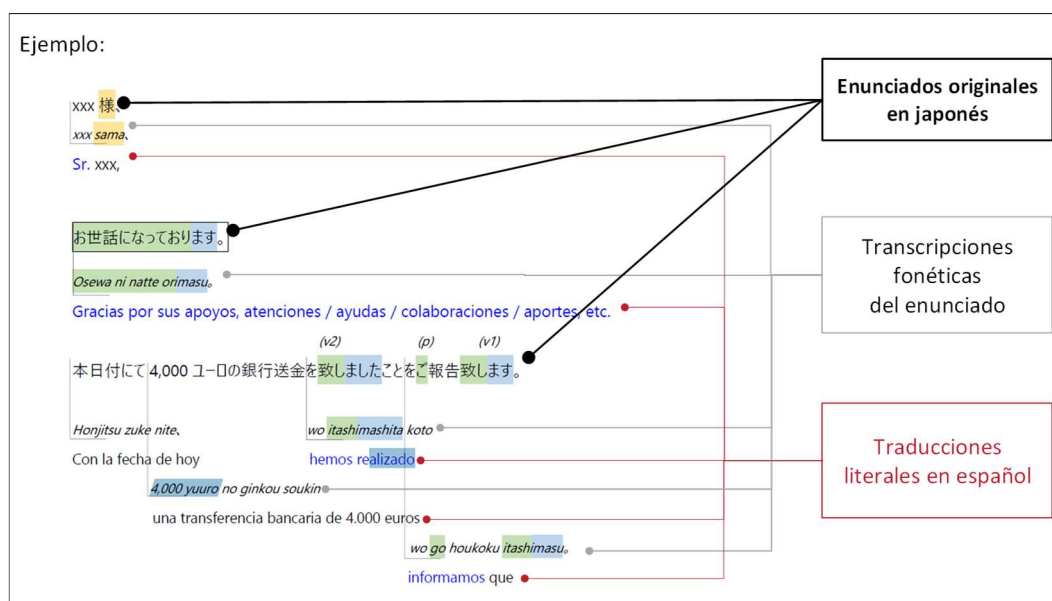
4.3.6. Frecuencia de uso (mapeado)

Para tener una idea sobre la frecuencia de uso y el posicionamiento de los recursos de lenguaje honorífico dentro del texto, observaremos a continuación algunos ejemplos.

Los elementos del lenguaje honorífico están marcados en diferentes colores (véase el índice de abajo). “Expresión formulaica” (letras en cuadro) se refiere a aquellas expresiones con contenido proposicional reducido, como “Saludos cordiales” en español.



La presentación de los enunciados es de triple construcción como indica el siguiente ejemplo: (1) enunciado original en japonés, (2) transcripción fonética de “(1)” y (3) traducción literal de “(1)” en español, cuyas letras **en azul** señalan que son palabras correspondientes a los recursos del lenguaje honorífico en el enunciado original.



Ejemplo de e-mail (1)	
Remitente	Miembro de un bufete de abogados, nacionalidad japonesa
Destinatario	Cliente del bufete
Contexto	El remitente informa a su cliente sobre una transferencia bancaria
<div> <div>xxx 様、</div> <div>xxx sama、</div> <div>Sr. xxx,</div> <div>お世話になっております。</div> <div>Osewa ni natte orimasu.</div> <div>Gracias por sus apoyos, atenciones / ayudas / colaboraciones / aportes, etc.</div> <div> <div>(v2)</div> <div>(p)</div> <div>(v1)</div> <div>本日付にて4,000 ユーロの銀行送金を致しましたことをご報告致します。</div> <div>Honjitsu zuke nite, wo itashimashita koto</div> <div>Con la fecha de hoy hemos realizado</div> <div>4,000 yuuro no ginkou soukin</div> <div>una transferencia bancaria de 4.000 euros</div> <div>wo go houkoku itashimasu.</div> <div>informamos que</div> <div> <div>(v)</div> <div>なお、銀行の送金手数料として18 ユーロが引かれるため、実際の総金額は3,982 ユーロとのこと です。</div> <div>Nao, juu hachi yuuro ga hikereru tame, 3,982 yuuro tonoko desu.</div> <div>Por cierto, se descontará 18 euros, por tanto, será de 3.982 euros</div> <div>jissai no soukingaku ha</div> <div>el importe total neto</div> <div>ginkou no soukin tesuuryou tosite</div> <div>en concepto de la comisión de transferencia bancaria</div> </div> </div> </div>	

		(v2)		(v1)	
	また、日本側の銀行手数料が引かれる可能性が	ございますこと、	あらかじめ	ご了承ください。	
Mata,		ga gozaimasu koto,			
por su parte,		que existe			
			arakajime	goryousyou kudasai.	
			rogamos su comprensión	de antemano	
	nihon gawa no ginkou tesuuryou ga hikareru kanousei				
	la posibilidad de que apliquen una comisión por parte de la entidad bancaria de Japón				
		(p)	(p)	(v2)	(v1)
	通常であれば 3 - 4 日ほどで	御社口座への着金を	ご確認	いただけるかと	存じます。
Tsuujou de areba		onsha kouza he no			zonjimasu.
normalmente		en la cuenta bancaria de su empresa			pensamos
	3 kara 4 kka hodo de	chakkin wo			
	entre 3 y 4 días	el ingreso			
				go kakunin iatadakeru kato	
				que podrá	comprobar
	(p)	(p)	(p)	(v)	
	上記ご確認のほど、	お願い申し上げます。			
Jouki		onegai moushiagemasu.			
arriba indicado		rogamos cordialmente			
	gokakunin nohodo,				
	que realice su	confirmación			
	(Nombre del emisor)				

Ejemplo de e-mail (2)	
Remitente	Miembro de un bufete de abogados, nacionalidad japonesa
Destinatario	Cliente del bufete
Contexto	Comunicación informativa del seguimiento de un acuerdo
<p> XXX 様、 xxx sama、 Sr. XXX, </p> <p> 平素よりお世話になっております。 Heiso yori osewa ni natte orimasu。 Gracias por sus apoyos de siempre (o atenciones / ayudas / colaboraciones / aportes, etc.). </p> <p> (p) (p) (v) 昨年 11 月に御社、XXX 様そして Y, S.L 社と ZZZ 氏との間で結ばれた和解に関し、近況の報告をいたします。 Sakunen juuichi gatsu ni musubareta wakai El pasado mes de noviembre la conciliación acordada </p> <p> onsha, xxx sama soshite Y, S.L. sha to ZZZ shi no ni kanshi, kinkyou no hokoku wo entre su empresa, Sr. XXX, Y S.L. y Sr. ZZZ sobre la situación actual </p> <p> itashimasu。 informamos </p> <p> (v) 当和解合意において、ZZZ 氏の義務として、合意より 1 ヶ月以内に ABC の名称の使用停止が含まれておりました。 Tougai wakaian ni oite, goui yori 1 kagetsu inai ni En este acuerdo de conciliación dentro de un mes desde la firma </p> <p> ZZZ shi no gimu toshite ABC no meisyou no shiyouteishi ga fukumarete orimashita。 como obligación del Sr. ZZZ incluía el cese del uso de la denominación de ABC </p>	

<p>このため、当事務所弁護士が調査し、</p>	<p>以下の疑問点が生じたため、ZZZ 氏の弁護士へ</p>	<p>現状確認を求めています。</p>
<p>Konotame、</p>	<p>ika no gimonten ga syoujitatame、</p>	
<p>Por este motivo,</p>	<p>y ha detectado las siguientes dudas, por tanto,</p>	
<p>tou jimusyo bengoshi ga genjou wo cyousa shi、</p>		<p>genjou kakunin wo</p>
<p>el abogado de nuestro bufete ha realizado una investigación</p>		<p>la verificación</p>
	<p>ZZZ shi no bengoshi he</p>	
	<p>al abogado del Sr. ZZZ</p>	
		<p>motomete</p>
		<p>estamos</p>
		<p>exigiendo.</p>
<p>● ○○○にある倉庫から ABC-YYY の看板を下ろしたかどうか。</p>		
<p>○○○ ni aru souko kara ABC-YYY no Kanban wo oroshitaka douka.</p>		
<p>Si ya ha retirado del letrero de ABC-YYY del almacén de la localidad ○○○</p>		
<p>● ZZZ 氏の ABC-YYY.com のメールアドレスがまだ使用可能の状態のように見受けられるが、使用停止したか。</p>	<p>ZZZ shi no ABC-YYY.com no meeru adoresu</p>	<p>shiyouteishi shitaka.</p>
<p>el correo electrónico de ABC-YYY.com del Sr. ZZZ</p>		<p>si ha desactivado</p>
	<p>mada shiyoukanou no joutai no youni</p>	<p>miukerareru ga、</p>
	<p>que</p>	<p>parece que aún estar activado</p>
<p>Web ページ (www. ABC-YYY.com)</p>	<p>はすでにアクセスができない状態となっています。</p>	
<p>Web peeji (www. ABC-YYY.com)</p>		
<p>La página web (www. ABC-YYY.com)</p>		
	<p>ha sudeni akusesu dekinai joutai to natte</p>	<p>masu.</p>
	<p>ya</p>	<p>está en un estado inaccesible.</p>

しかしながら、いくつかのサイトにて未だ ABC-YYY という名称の使用がされていると ^(v2)思われる ^(v1)ものがあります。

Shikashinagara、ikutsuka no saito nite
Sin embargo, algunos sitios de la red

omowareru mono ga arimasu。
nos parece que hay indicios

imada ABC-YYY to iu meisyou no shiyō ga sareteiru to
de que aún utilizan el nombre de ABC-YYY

また、Y 社のフェイスブックにも未だ ABC の名称が使用されていたため、これをやめるように申し入れました。

Mata、Y sha no feisu bukku ni mo imada ABC no meisyou ga shiyō sarete itatame、
Además, como el Facebook de YYY todavía utiliza el nombre de ABC,

kore wo yameru youni moushiiremahita。
hemos solicitado el cese de ello

なお、Y 社の商号変更ですが、D 社と合併を検討していたらしく、先週金曜日まで実施されていなかったとのこと ^(v)です。

Nao、Y sha no syōmei henkō desuga、
Por su parte, respecto al cambio del nombre de la sociedad Y,

jissai sareteinakatta to no koto desu。
es que no había realizado

D sha to no gappai wo kentō shiteita rashiku、
al parecer, estaban estudiando la fusión con la empresa D y

sensyū no kinyōbi made
hasta el viernes pasado

		(v pasivo)	(v)
この商号変更に関する公正証書は、当事務所に提供がされる予定となっております。			
Kono shougou henkou ni kannsuru kousei syousyo ha、			
EL documento notarial sobre este cambio del nombre de la sociedad			
	tou_jimusyo ni	yotei to natte	orimasu。
	a nuestro bufete	está previsto que	
	teikyou ga sareru		
	será facilitado		
		(v)	
以上、ご確認のほど、よろしくお願い致します。			
Ijou、	yoroshiku onegai itashimasu。		
arriba indicado	rogamos cordialmente su atención		
gokakunin nohodo、			
su confirmación			
(Nombre del emisor)			

Las conclusiones que obtenemos de este mapeado bilingüe son las siguientes:

- 1) A nivel de enunciado, cada uno de los enunciados que forma este texto en el contexto del ámbito organizacional contiene más de un elemento del lenguaje honorífico, excepto en la enumeración con viñetas (véase la página 52). Es decir, se aplica el uso del lenguaje honorífico incluso para aquellos enunciados asertivos que carecen de expresiones exhortativas (como descriptivos y expositivos).

- 2) A nivel de macroestructura, aparecen las expresiones formulaicas al inicio y al cierre. Esta estructura también es frecuente en los *e-mails* escritos en español, no obstante, en el caso de japonés, son elementos indispensables y su carencia se interpreta, pues, como un texto extraño o falta de respeto hacia el receptor del mensaje según la perspectiva japonesa.

A modo de resumen de este apartado, el mecanismo del lenguaje honorífico de la lengua japonesa se basa en la “focalización no egocéntrica” (Haverkate, 1994:217), es decir, son estrategias que consisten en el enaltecimiento del receptor de mensaje y la desvalorización del emisor en el plano lingüístico. A la primera de ellas corresponde el lenguaje respetuoso y, a la segunda, el lenguaje modesto (I) y (II). Además, ambas formas se refuerzan con el valor de cortesía proporcionado por los elementos morfosintácticos del lenguaje educado, *desu* o *masu* y, también, por los prefijos específicos (“*go*” o “*o*”).

Por tanto, en definitiva, el sentido de la deferencia que expresa el lenguaje honorífico **no se constituye sobre la atenuación de la fuerza ilocutiva para no influir en el comportamiento interaccional del receptor de mensaje, sino que se realiza mediante la inserción de palabras específicas que focalizan la habilidad y la disponibilidad del receptor y, por consiguiente, fortalece la imagen de este para que lleve a cabo el acto exhortado por el contenido proposicional del enunciado.** Consideramos que es un rasgo que muestra la diferencia más relevante respecto al lenguaje formal del español, que cuenta con el mecanismo de atenuación como el recurso principal de la cortesía lingüística. Asimismo, subrayamos que el lenguaje honorífico es una estrategia de la cortesía únicamente compatible con las formas del tratamiento de respeto, en otras palabras, no hay posibilidad de compaginarlo con el trato de confianza o de familiaridad.

En la lengua española, la referencia de este tipo de actitud lingüística sería la de la relación entre *señor y criado* (Haverkate, 1994:217), que cayó en desuso ya hace muchísimo tiempo. A medida que avanzó la evolución social, dicha relación jerárquica fue perdiendo su terreno y el lenguaje pertinente a ella siguió el mismo destino. En España, de hecho, se registró un crecimiento generalizado del tratamiento de familiaridad a partir de la primera mitad del siglo XX (RAE y ASALE 2010:322, 16.7.1d). Esta democratización de la lengua, “*from power to solidarity*” (Brown y Gilman, 1960), se ha observado también en la sociedad japonesa. Según una investigación del Instituto Nacional de la Lengua Japonesa, realizada en un municipio desde los años cincuenta (Inoue, Kim, y Matsuda, 2012), se ha detectado una clara tendencia de laxación generalizada del lenguaje formal. Aun así, dicha transformación no ha llegado a modificar sustancialmente el uso de lenguaje honorífico, que sobrevive como un protocolo social que ofrece la mejor relación coste-beneficio en las interacciones comunicativas, a pesar del elevado coste verbal que se exige a los usuarios.

Con todo, hemos de advertir que los alumnos japoneses llegarán al aula de ELE con una conceptualización de la cortesía lingüística bien distinta de la de español. El tratamiento de este fenómeno no deberá limitarse a la comparación de categorías puramente lingüísticas: hay que ofrecer material que les ayuda a reflexionar y crear una mente bilingüe que procese las estrategias de la cortesía desde la perspectiva pragmalingüística.

Por ello, hemos procurado realizar un análisis con “el enfoque consistente de fenómenos pragmalingüísticos (...) desde el punto de vista de la comunicación intercultural” (Haverkate 1998:45) y, a continuación, presentamos el resultado de este intento.

5. Análisis contrastivo de los enunciados

En este capítulo, analizaremos de forma contrastiva los enunciados de los actos de habla exhortativos de español y de japonés, en concreto, de las peticiones dentro del contexto de ámbito organizacional.

Los enfoques que empleamos corresponden a dos de los constituyentes que forman el modelo *SPEAKING*⁴ de Hymes (1972:65): *Key* y *Instrumentalities* (“clave” =grado de formalidad e “instrumentos” =variedad de habla, según la interpretación de Calsamiglia y Tusón [2012:4-5]). Consideramos que son variables más relevantes en la elaboración de mencionados enunciados y hemos planteado este análisis con los dos objetivos siguientes.

Por una parte, analizaremos cuáles son las expresiones lingüísticas para realizar peticiones en la comunicación escrita en español y en japonés. Como se ha señalado en el capítulo 3, los actos de habla exhortativos encierran una amenaza inherente, ya que tiene como fin penetrar en el campo intencional de otros individuos. Es de suponer que se trata de un aspecto en el que intervienen múltiples factores socioculturales, psicológicos, antropológicos, etc. Entonces, ¿cómo realizan las peticiones en su propia lengua los hablantes nativos de español y de japonés en el ámbito organizacional? Esta es la primera cuestión que atenderemos en este análisis.

Y, por otra parte, centraremos nuestra atención en la cortesía lingüística que se manifiesta junto con la realización de peticiones en los *e-mails* organizacionales. Esta

⁴ *Situation* (Situación), *Participants* (Participantes), *Ends* (Finalidades), *Act sequence* (Secuencia de actos), *Key* (Clave), *Instrumentalities* (Instrumentos), *Norms* (Normas), *Genre* (Género)

segunda cuestión nos plantea un reto porque el español y el japonés difieren esencialmente en este aspecto. Como hemos observado en el apartado 3.5, la estrategia principal para expresar la cortesía en español se apoya en el mecanismo de atenuación, que consiste en mitigar la fuerza ilocutiva del enunciado. En cambio, la lengua japonesa se rige por otro sistema que enaltece al receptor y/o desvaloriza al emisor del mensaje según contexto mediante los recursos del lenguaje honorífico, como se ha señalado en el capítulo anterior 4.3. Y, todo esto se moviliza sobre una base cultural del ámbito organizacional que tampoco tiene mucho en común.

Para afrontar estas dos cuestiones, el análisis ha de ser sobre datos empíricos de comunicación escrita y necesita un punto de vista pragmalingüístico; por tanto, la unidad de análisis no puede ser otra que el enunciado: la unidad mínima de comunicación (Calsamiglia y Tusón 2012:3), cuya combinación entre sí formula textos, en el caso de nuestra investigación, del mensaje escrito de petición en el ámbito organizacional. Intentaremos comprender y poner de relieve las características que presenta cada enunciado, sin apartar la mirada del contexto de mensaje, mediante la aplicación de dos filtros: el análisis cuantitativo y cualitativo.

A continuación, presentamos la información sobre el corpus analizado y, después, detallaremos los resultados del análisis cuantitativo y cualitativo que se ha realizado desde la perspectiva pragmalingüística y sociocultural.

5.1. Corpus

5.1.1. Información general

El corpus analizado es la transacción de correos electrónicos procedentes de un bufete de abogados, afincado en España, que cuenta con juristas españoles y japoneses. Su clientela abarca personas jurídicas y físicas de ambas nacionalidades, por tanto, son muestras de la comunicación escrita en un ambiente organizacional, bilingüe e intercultural que se ajusta perfectamente al tema del presente trabajo.

Este corpus se compone de siete hilos de mensajes de contextos variados y cuenta con 67 correos electrónicos: cuatro hilos en español, que consisten en un total de 43 mensajes, y tres hilos en japonés con 24 mensajes, respectivamente. Como ya hemos mencionado, la investigación girará en torno a los enunciados, cuyo número en estos correos electrónicos es de un total de 587 (véase **Tabla 4**).

Tabla 4: Composición numérica del corpus analizado (1)

Idioma del corpus original	Nº de hilo	Cantidad de mensajes	Cantidad de enunciados	Cantidad de palabras	
Español	S1	20	135	1579	
	S2	5	64	1124	
	S3	16	117	1344	
	S4	2	13	189	
	Subtotal	43	329	4236	(a)
Japonés	S5	13	130	1746 *	
	S6	9	103	1648 *	
	S7	2	25	357 *	
	Subtotal	24	258	3751	(b)
Total		67	587	7987	(a+b)

Respecto al corpus japonés (los hilos S5, S6 y S7 de la tabla 4), hemos realizado traducción completa del texto en español para contrastar con los enunciados del corpus español en diversos aspectos que presentaremos en este capítulo. Los datos numéricos de la Tabla 4, marcados con asterisco (*) en la columna de “Cantidad de palabras”, señalan que son cifras que pertenecen al texto traducido. De otro modo no habría sido posible contabilizar el volumen del corpus japonés, dado que la caligrafía de la lengua japonesa es *Scriptio continua*, como el griego clásico y, por tanto, no permite cuantificar textos por el número de palabras (el volumen de escritos en japonés se calcula por el número de letras, no de palabras).

Las modificaciones aplicadas sobre el corpus original son únicamente para eliminar aquellos datos o información que indican personas concretas y contenidos de actividades específicas, cuya manipulación se realizó sustituyendo estos datos por otros términos genéricos o letras insignificantes. Por su parte, la sustitución de los nombres de redactores de correos electrónicos no ha contemplado el sexo de estas personas, por tanto, se observarán algunos desajustes de la concordancia al respecto en el corpus, aunque consideramos que el resultado del análisis no quedará perjudicado significativamente por esta razón.

5.1.2. Contextos

Los contextos de cada hilo de mensajes analizados son los siguientes:

Corpus español:

Hilo S1. Una empresa multinacional japonesa necesita certificar ante notario las escrituras de apoderamiento de los ejecutivos y solicita ayuda a abogados.

Hilo S2. Una empresa española que opera su negocio en Japón necesita consejos jurídicos.

Hilo S3. Un abogado español se pone en contacto con la Embajada de España en Tokio para organizar una cita para su cliente de nacionalidad japonesa y, también, pide información para preparar documentos pertinentes.

Hilo S4. Un abogado español se pone en contacto con la Embajada de España en Tokio y pregunta sobre los requisitos para gestionar la solicitud de un cliente.

Corpus Japonés:

Hilo S5. Un abogado informa a su cliente acerca del desarrollo de un acuerdo alcanzado previamente y solicita el pago de los servicios prestados.

Hilo S6. Un abogado explica a su cliente acerca del proceso para solicitar el visado español y el trámite de un sello llamado apostilla.

Hilo S7. Un cliente japonés quiere abrir un restaurante japonés en España y realiza una consulta a su abogado.

5.1.3. Código del enunciado

Cada enunciado del corpus lleva asignado un código de identificación, compuesto por los siguientes signos:

(Ejemplo)

Código	Enunciado
S1M1L9E	Nos urge sobre todo por el tema de las facultades bancarias.

S1: N° de hilo (secuencia de mensajes): desde S1 hasta S7

M1: N° de mensaje dentro del hilo (M1 es el primer mensaje en orden cronológico)

L9: N° de línea dentro del mensaje (L1 es la primera línea del mensaje)

E: Identificador de la primera lengua del redactor (“E”= español, “J” = japonés)

5.1.4. Selección de enunciados

Como señala la Tabla 4 de la sección precedente, el número total de los enunciados del corpus analizado es 587. Los hemos clasificado a través de los tres siguientes criterios para seleccionar los enunciados a analizar en este trabajo:

- 1) Disgregar datos y enunciados sin contenido proposicional (nombres propios, saludo o agradecimiento formulaico que aparece al inicio y/o al final del mensaje, etc.).
- 2) Identificar enunciados duplicados dentro del mensaje y clasificarlos como “Otros” (e.g. citas de texto de los mensajes previos).
- 3) Clasificar los enunciados que forman el cuerpo de mensaje según el tipo de acto de habla. En caso de nuestro corpus, hemos agrupado los enunciados por los cuatro siguientes: los actos de habla asertivos, compromisivos, expresivos y exhortativos.

El resultado de la clasificación según estos criterios ha sido como se expone en la página siguiente (véase **Tabla 5**). Como indica la casilla de color rojo, los actos de habla exhortativos de peticiones —el objeto de análisis de esta investigación— aparecen en 105 ocasiones en total: 45 enunciados en español y 60 en japonés.

Adicionalmente, nótese que los redactores de mensajes escritos en español se dividen en dos grupos: los hablantes nativos de español y los no nativos. Este último está formado por dos japoneses con los siguientes perfiles: por una parte, un jurista que tiene casi una década de experiencia trabajando en bufetes de abogados en España y, por otra, un miembro de la Embajada de España en Tokio. Por tanto, es de suponer que ambos hablantes no nativos poseen una dilatada experiencia como usuarios de español en el

mundo profesional; no obstante, hemos preferido separarlos del grupo de los hablantes nativos para poder contrastar sus actos de habla con los de autores españoles.

Tabla 5: Composición numérica del corpus analizado (2)

	(A)		(B)	(A+B)	
Tipo de enunciados	Idioma del corpus original			Japonés	Total
	Español		(a+b)		
	1ª leng. del autor				
	ESP (a)	JPN (b)			
Inicio del mensaje (i)	28	20	48	55	103
Estimado/a(s) Sr/a.(s)	8	2	10		10
Estimado/a(s) Sr/a.(s) + apellido		1	1		1
Estimado/a + nombre	6		6		6
Sr/a.(s) + apellido o equivalente				24	24
Solo nombre	1	8	9		9
Saludo inicial	2	5	7	14	21
Saludo inicial + autopresentación				3	3
Saludo inicial + nombre	7		7		7
Agradecimiento inicial +nombre	2		2		2
Agradecimiento inicial	2	4	6	14	20
Cuerpo del mensaje (ii)	133	60	193	178	371
Actos de habla asertivos	98	46	144	109	253
expresivos	1		1	1	2
compromisivos	3		3		3
exhortativos	31	14	45	60	105
Otros (duplicación)				8	8
Cierre del mensaje (iii)	54	34	88	25	113
Saludos / agradecimiento	28	17	45	1	46
Nombre del remitente	26	17	43	24	67
Total (i) + (ii) + (iii)	215	114	329	258	587

5.2. Análisis cuantitativo

Para la realización del análisis cuantitativo de 105 enunciados, identificados como los actos de habla exhortativos de peticiones en el apartado anterior, los hemos clasificado según las características de enunciado mediante dos criterios: (1) la modalidad oracional y (2) el grado de actos de habla directos-indirectos.

El motivo de esta aproximación a través de dos distinciones para evaluar los enunciados se explica por sus funciones complementarias y necesarias entre estos dos criterios; como señala Haverkate, “... en el plano puramente pragmático, una exhortación como *¿Quiere usted apartar su coche?* no se interpreta como menos directa que *Aparte usted su coche*” (1994: 154-155), es decir, para saber si un acto de habla es directo o indirecto, más aún, para conocer el grado de ello, la tradicional tipología de oraciones declarativas, interrogativas e imperativas no nos aporta la garantía para obtener un resultado que nos permita evaluar la fuerza ilocutiva de los enunciados desde la vertiente de la pragmática.

Ante esta cuestión, Haverkate propone una escala de cuatro puntos para examinar los actos de habla directos-indirectos con los siguientes ejemplos ilustrativos (véase **Tabla 6**). Este criterio consiste en una gradación: “Nivel 1)” es el acto de habla más directo y “Nivel 4)” es el más indirecto (1994:158-159):

Tabla 6: Escala de cuatro puntos de los actos de habla directos-indirectos según Haverkate (adaptación gráfica)

Grado	Descripción	Ejemplo	
Nivel 1)	Contiene una especificación completa del acto exhortativo.	<i>“¿Puedes cerrar la puerta?”</i> <i>“Cierra la puerta”</i> (sin atenuar)	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">(+) directo</div> <div style="text-align: center;">↑</div> <div style="text-align: center;">↓</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">(-) directo</div>
Nivel 2)	Describe el acto exhortado sin expresar referencia al interlocutor.	<i>“Hace falta cerrar la puerta”</i>	
Nivel 3)	No especifica el acto ni el interlocutor, sino que indica sólo el objeto del acto.	<i>“¿Está cerrada la puerta?”</i>	
Nivel 4)	Oración desprovista de cualquier indicación del acto exhortado.	<i>“Hace un frío tremendo aquí”</i>	

Con respecto al primer criterio, la modalidad oracional, hemos añadido un apartado adicional bajo el nombre de “formulaica” para destinar aquellos enunciados que carecen del contenido proposicional específico, cuya función es meramente aportar una expresión extra de la cortesía al discurso. Se trata de fórmulas típicas que aparecen al pie de mensajes para cerrar el discurso: “Quedamos a la espera” en caso del español y “Le(s) rogamos solícitamente su atención” en caso del japonés, ambas sin oraciones sustantivas. La necesidad de este apartado, que hemos etiquetado como “modalidad formulaica”, se justifica principalmente por la costumbre japonesa que se emplea en la redacción de correos electrónicos del ámbito organizacional: de los 24 mensajes del corpus japonés, 23 de ellos se concluyen con esta expresión formulaica, únicamente para incrementar la formalidad del escrito, es decir, que no conlleva exhortación específica alguna. Ciertamente, existen expresiones idénticas en español, sin embargo,

probablemente, poseen una relevancia mayor en caso de la elaboración de mensajes en japonés, ya que la omisión de dicha locución suele considerarse como una falta clara de respeto hacia el receptor según la percepción de los japoneses, como se señaló en el apartado 4.3.6. Con todo, en este análisis cuantitativo, hemos preferido separar este tipo de enunciados de los otros que son propiamente exhortativos con contenidos proposicionales. A continuación, presentamos el resultado de la evaluación cuantitativa de nuestro corpus basado en los criterios mencionados.

5.2.1. Resultado (1): el corpus japonés

Los 60 enunciados exhortativos del corpus japonés pertenecen al acto de habla directo del Nivel 1, indiferentemente de la modalidad oracional y del autor (abogados o clientes), con la excepción de las expresiones formulaicas (véase **Tabla 7**). Dicho de otro modo, los enunciados están dotados con la especificación completa del acto exhortado y, por tanto, no se observan rasgos de atenuación por la realización indirecta.

Tras esta observación preliminar, hemos decidido incorporar otros dos parámetros a la Tabla 7 para ampliar el espectro del análisis cuantitativo: (1) número de elementos del lenguaje honorífico japonés (la columna del color té verde) y (2) número de los recursos atenuativos (la última columna). Por consiguiente, logramos detectar unas características que señalan las cuatro siguientes tendencias de las operaciones discursivas realizadas por los redactores japoneses.

Tabla 7: N° de enunciados según la modalidad de petición, grado del acto de habla directo-indirecto y el uso de recursos honoríficos (Corpus japonés)

Autor	Modalidad de petición		Nº de enunciados		Escala del acto de habla "Directo" <--> "Indirecto"				Uso del lenguaje honorífico						Nº de recursos atenuativos
				%	1	2	3	4	educado	respetuoso	modesto (I)	modesto (II)	embellecedor	Total	
Jurista	1	Declarativa	11	41%	11				11	10	10			31	2
	2	Interrogativa	3	11%	3				3	3	1			7	
	3	Imperativa	6	22%	6				6	6	2			14	
	4	Formulaica	7	26%			7		7		7			14	1
	Total (i)		27		20		7		27	19	20			66	3
Cliente	1	Declarativa	10	30%	10				10	3	10			23	
	2	Interrogativa	8	24%	8				8	6	2			16	
	3	Imperativa	6	18%	6				5	6	2			13	
	4	Formulaica	9	27%			9		9	1	9			19	1
	Total (ii)		33		24		9		32	16	23			71	1
G.Total (i+ii)			60		44		16		59	35	43			137	4

En primer lugar, es obvio que estamos ante un estilo de habla claramente directo, ya que dispone de la especificación completa del acto exhortado que el remitente de mensaje⁵ orienta hacia el destinatario: 44 de 60 enunciados son de realización directa del Nivel 1. Desde el punto de vista estrictamente funcional, es una característica comprensible al ser mensajes de petición del ámbito organizacional, puesto que la finalidad esencial de estos *e-mails* es transmitir explícitamente “qué quiere el emisor del mensaje que haga el receptor”.

⁵ La ausencia típica del sujeto gramatical o del agente en la lengua japonesa, pese a que su flexión verbal no ofrece la información de persona como en español, ha sido una duda para aplicar este criterio, ya que los enunciados analizados no los indican explícitamente. No obstante, hemos considerado que estos referentes están indicados de forma clara, aunque tácita, por dos motivos: primero, los verbos del lenguaje honorífico son esencialmente deícticos y señalan al referente de cada acto exhortado y, segundo, un *e-mail* es una comunicación escrita entre dos individuos y, por tanto, no es dificultoso identificar quién habla a quién.

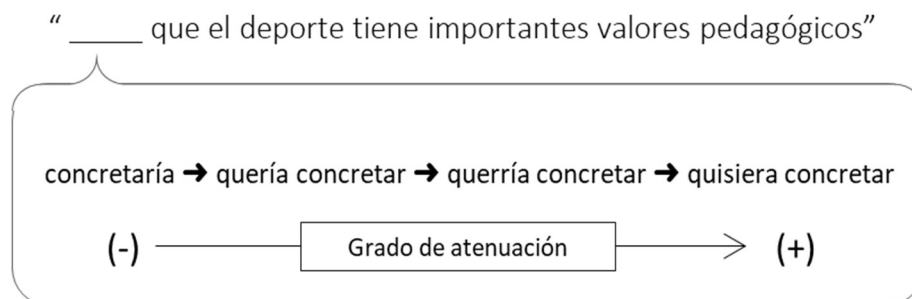
En segundo lugar, la selección de modalidad oracional de los autores japoneses para formular las peticiones es muy variada: se emplean la modalidad declarativa, la interrogativa y la imperativa por partes similares, y no se observa una predilección clara en este análisis.

En tercer lugar, resulta llamativa la cantidad ínfima de los elementos que mitigan la fuerza ilocutiva del enunciado mediante estrategias sintácticas. Ciertamente, hemos detectado expresiones como “lamento molestarle, pero...” y “aunque lamentamos la molestia causada, le rogamos...” que son las fórmulas estereotipadas que, a efecto comunicativo, es una metafocalización del acto de habla (Haverkate, 1994:122), sin embargo, de un total de 60 enunciados, pese a que son predominantemente directos como hemos observado en el párrafo anterior, identificamos tan solo cuatro de ellos con estas fórmulas atenuativas.

Cabe matizar esta tercera observación con una mención sobre la atenuación mediante la flexión verbal: en el caso de español, existen las siguientes cuatro formas verbales (véase **Figura 3**) para mostrar diferentes grados de atenuación para realizar el acto de habla exhortativo (Haverkate, 1994:144). Gracias a estas opciones, el redactor del enunciado puede seleccionar una de estas formas de acuerdo con la fuerza asertiva que quiere encerrar en su acto de habla. En cambio, las normas del japonés no permiten realizar la misma operación a través de flexiones verbales y, por tanto, dicha carencia de opciones ha de ser compensada, por ejemplo, con el uso de fórmulas estereotipadas⁶. Sin embargo, los redactores japoneses del nuestro corpus apenas han empleado estas estructuras para

⁶ En el caso de Figura 3, la traducción de este enunciado en japonés ha de contar fórmulas estereotipadas como “Si es posible...”, “En mi modesta opinión...” u otras expresiones similares para reflejar el mismo significado que el enunciado original en español.

Figura 3: Escala de atenuación de la fuerza asertiva en cuatro puntos
(Haverkate, 1994: 144)



atenuar sus peticiones, pese a que recurren masivamente a la realización directa, como señala la Tabla 7. Nuestra hipótesis sobre este fenómeno es que los autores japoneses han priorizado la claridad del mensaje en detrimento del uso de dichas fórmulas estereotipadas (“... desde un punto de vista puramente racional, las normas de la cortesía verbal van contra la claridad y la eficacia comunicativa” [Haverkate 1994:42]), aunque el limitado volumen de nuestro corpus, extraído de tan solo el ámbito organizacional, nos restringe comprobarlo con seguridad.

En cuarto lugar, advertimos la ingente cantidad de recursos invertidos del lenguaje honorífico: todos los enunciados, sin excepciones, llevan integrados uno o más elementos del mencionado lenguaje que hemos observado en el capítulo 4. El número total de estos elementos detectados son 137 en 60 enunciados, es decir, los autores japoneses incrustaron por un promedio de 2,3 (=137/60) elementos de esta característica por enunciado, indiferentemente de la modalidad oracional.

A modo de resumen, las peticiones realizadas por correos electrónicos en japonés dentro del contexto organizacional presentan un aspecto esencialmente directo desde la perspectiva pragmática, dado que contienen la información que transmite

explícitamente cuál es el acto exhortado y quién es el agente que lo realiza y, además, apenas cuentan con las estructuras de cortesía para amortiguar la fuerza ilocutiva. Sin embargo, los enunciados están dotados de numerosos recursos del lenguaje honorífico con los que los redactores japoneses procuran fortalecer la imagen del receptor con el fin de proporcionar el equilibrio discursivo entre la directividad y la cortesía a un nivel aceptable en la comunicación del ámbito organizacional japonés.

En definitiva, estas observaciones nos aportan una información para deducir que el uso del lenguaje honorífico es prácticamente la única estrategia que utilizan los japoneses para expresar la cortesía en la comunicación escrita del ámbito organizacional, aunque la fiabilidad de esta conclusión obedece al volumen y la procedencia de nuestro corpus.

5.2.2. Resultado (2): el corpus español

Como se señaló en el apartado 5.1.4, el corpus español cuenta con un total de 45 enunciados del acto de habla exhortativo de peticiones y se divide entre mensajes elaborados por los hablantes nativos de español (31 enunciados) y otros, por no nativos, en este caso, japoneses (14). A continuación, presentamos los rasgos más destacables del análisis cuantitativo de estos enunciados según el grupo de redactores mencionados.

En primer lugar, a diferencia del resultado de análisis del corpus japonés en el apartado anterior 5.2.1, los enunciados de las peticiones elaboradas en español presentan mayor variedad en el grado de los actos de habla directos-indirectos, aunque tienden a ser notablemente más directos que indirectos: de 45 enunciados, 33 (= nativos: 26 + no nativos: 7) de ellos pertenecen a la realización directa del Nivel 1 (véase **Tabla 8**).

Tabla 8: N° de enunciados según modalidad de petición y el grado del acto de habla directo-indirecto (Corpus español)

Autor		Modalidad de petición		Nº de enunciados		Escala del acto de habla			
						"Directo" <-----> "Indirecto"			
				%	1	2	3	4	
Nativos de español	Jurista	1	Declarativa	12	<div><div>63%</div></div>	12			
		2	Interrogativa	1	<div><div>5%</div></div>		1		
		3	Imperativa						
		4	Formulaica	6	<div><div>32%</div></div>	3	2	1	
		Total (A)		19		15	3	1	
	Cliente	1	Declarativa	7	<div><div>58%</div></div>	6		1	
		2	Interrogativa	1	<div><div>8%</div></div>	1			
		3	Imperativa	3	<div><div>25%</div></div>	3			
		4	Formulaica	1	<div><div>8%</div></div>	1			
		Total (B)		12		11		1	
	(A) + (B)	1	Declarativa	19	<div><div>61%</div></div>	18		1	
		2	Interrogativa	2	<div><div>6%</div></div>	1	1		
		3	Imperativa	3	<div><div>10%</div></div>	3			
		4	Formulaica	7	<div><div>23%</div></div>	4	2	1	
		Subtotal		31		26	3	2	
No nativos	Japoneses	1	Declarativa	6	<div><div>43%</div></div>	3		3	
		2	Interrogativa						
		3	Imperativa	4	<div><div>29%</div></div>	4			
		4	Formulaica	4	<div><div>29%</div></div>		1	3	
	Total (C)		14		7	1	6		
G.Total (A+B+C)				45		33	4	8	

En segundo lugar, de los datos de la tabla sobre estas líneas, interpretamos que los hablantes nativos de español, tanto los juristas como los clientes, tienen una predilección por seleccionar la modalidad declarativa a la hora de realizar las peticiones. De 31 enunciados analizadas, 19 fueron de esta naturaleza y cuyo porcentaje alcanza un 61%. En cambio, el uso de otras modalidades de petición es notablemente más reducido: interrogativa (6%), imperativa (10%) y formulaica (23%). Véase a continuación algunos ejemplos que corresponden a estos tres grupos:

Modalidad de petición	Código	Enunciado
Interrogativa	S1M1L8E	¿Cómo lo veis?
	S3M9L3E	¿Hay alguna posibilidad de adelantar la firma a ese día?
Imperativa	S1M14L3E	Por favor envíame los PDFs de las escrituras antes de llevarlas al Registro para inscripción.
	S1M7L2E	Sí por favor, si podéis elevantarlo a público lo antes posible, nos urge el tema bancario.
	S1M4L8E ⁷	Durante el día de hoy te pasaré el redactado para ampliar los poderes del Sr. Directivo 10 y Sr. Directivo 9 en Empresa 4, por favor os los revisáis por si hubiera alguna incongruencia.
Formulaica	S1M1L10E	Ya me diréis.
	S1M18L2E	Perfecto, quedamos a la espera de que nos envíes los datos.

Es probable que esta proporción, a favor del modo declarativo, se explique por el tipo de contexto del corpus, ya que se trata de cuestiones jurídicas que cualquier error de comunicación puede causar consecuencias perjudiciales para las actividades de entidad o de persona. Quizás, por eso, los redactores españoles seleccionan la modalidad declarativa como primera opción, ya que es la forma apropiada para formular peticiones inequívocas gracias a sus características inherentes, como resume Pérez Hernández en los cuatro siguientes puntos (2001:111):

- 1) Presenta el estado de asuntos a realizar
- 2) La realización de dichos asuntos está orientada al futuro
- 3) Presenta al emisor como el que tiene interés en el estado de asuntos
- 4) Presenta al receptor como el agente de la acción

En tercer lugar, los hablantes no nativos, por su parte, realizan sus peticiones con el uso de diferentes modalidades por partes más equilibradas: la modalidad declarativa: 43%, imperativa: 29% y formulaica: 29%, aunque llama la atención la ausencia del uso de la

⁷ “presente de mandato” (RAE Y ASALE, 2010:437)

modalidad interrogativa. No hay que olvidar que este resultado se basa en un análisis cuantitativo de tan solo 14 enunciados, por tanto, cualquier evaluación queda estrictamente condicionada por este hecho. Aun así, este resultado, que no presenta una tendencia clara en la selección de modalidad para realizar peticiones por parte de los autores japoneses, nos recuerda el análisis cuantitativo del corpus japonés (véase Tabla 7 en la página 67), en el que tampoco se detectó ninguna preferencia al respecto.

En nuestra hipótesis, el motivo por el que los hablantes japoneses no se decantan por un modo u otro para formular peticiones puede tener su origen en su primera lengua. En el caso de japonés, cualquier modalidad de peticiones puede ser totalmente compatible dentro de un discurso formal sin sacrificar formalidad alguna. Esto es, el repertorio de los verbos reservados y las modificaciones de morfemas del lenguaje honorífico permiten formular enunciados con connotaciones de la cortesía. Es decir, por ejemplo, una petición en forma de interrogación posee un significado implícito de “con el debido respeto...” con los recursos honoríficos y, asimismo, si es de modalidad declarativa, se percibe una información subyacente de “rogamos que...” en su textura. De modo que, a pesar de la limitación del corpus, cabe sostener que los usuarios japoneses perciben pocos impedimentos psicológicos para formular peticiones indiferentemente de la modalidad en textos formales tanto en su primera lengua como en español.

En cuarto y último lugar, otra tendencia que muestran los redactores japoneses es el uso de la fórmula estereotipada encabezado por “Quedamos a...” sin oración subordinada al cierre del mensaje (véase “**Ejemplos A**”). Dicha forma contrasta con el uso de los hablantes nativos de la misma expresión, ya que la desarrollan con contenidos proposicionales, es decir, aprovechan el valor cortés que transmite esta fórmula

estereotipada —una muestra de disposición al destinatario del mensaje— para introducir los actos de habla exhortativos específicos (véase “**Ejemplos B**”). No obstante, es difícil de hallar una explicación lógica para afirmar con contundencia esta diferencia de uso entre los redactores españoles y japoneses debido a la limitación del número de enunciados con la mencionada expresión.

Ejemplos A (enunciados redactados por japoneses):

Código	Autor	Enunciado
S3M13L2J	Embajada de España	Confirmamos la cita y quedamos a la espera.
S1M12L8J	Abogado 1	Quedamos a su disposición para cualquier comentario al respecto.
S1M13L5J	Abogado 1	Quedamos a su disposición para cualquier duda al respecto.

Ejemplos B (enunciados redactados por nativos de español):

Código	Autor	Enunciado
S4M1L6E	Abogado 4	Quedamos a la espera de sus noticias.
S3M7L6E	Abogado 4	Quedamos a la espera de recibir la minuta para revisar su contenido antes de la firma.
S3M12L3E	Abogado 4	Quedamos a la espera de recibir la minuta de la escritura para su revisión.
S1M18L2E	Abogado 2	Perfecto, quedamos a la espera de que nos envíes los datos.
S3M1L13E	Abogado 4	Quedamos a la espera de que nos confirmen la cita, nos indiquen si se requiere algún documento más y nos envíen la minuta.
S3M3L9E	Abogado 4	Quedamos a la espera de que nos indiquen si necesitan algún documento adicional y nos envíen la minuta.

A modo de resumen de este apartado, las peticiones realizadas por los hablantes nativos del español se formulan con modalidad declarativa en su mayoría y, a diferencia de las peticiones en japonés, disfrutan cierta libertad dentro de las cuatro escalas de los actos de habla directos-indirectos. En cuanto a las peticiones redactadas en español por los hablantes no nativos japoneses, no ha sido posible identificar una tendencia clara

respecto a la selección de modalidad, aunque intuimos cierta indiferencia al respecto debido a la influencia de su primera lengua.

Dicho esto, este resultado se nos antoja la posible existencia de algunas operaciones frecuentes entre los nativos de español para formular peticiones, pero no son familiares para la mente de los japoneses en la elaboración de enunciados en español. Parece ser que abordar esta hipótesis requiere otro tipo de enfoque analítico sobre los enunciados de nuestro corpus. Por ello, a continuación, procedemos al análisis cualitativo de las realizaciones de peticiones de ambas lenguas en el ámbito organizacional.

5.3. Análisis cualitativo

En este apartado, centraremos nuestra atención en tres estrategias que emplean los redactores españoles para realizar peticiones en la comunicación escrita del ámbito organizacional: (1) el uso del lenguaje con el tratamiento de confianza, (2) el verbo *necesitar*, y (3) el verbo *rogar*. La selección de estas estrategias se justifica, por un lado, por su alta frecuencia de uso entre los hablantes nativos de español y, por otro lado, son formas difícilmente asimilables para la percepción japonesa, es decir, requieren conceptualización previa desde la perspectiva pragmática y sociocultural.

En las siguientes páginas aparecerán numerosos enunciados. Para facilitar la identificación visual de los elementos lingüísticos, se han aplicado los siguientes colores sobre los textos del corpus:

- Elementos exhortativos (de peticiones) ... azul
- Elementos atenuativos ... amarillo

5.3.1. Los recursos del registro semiformal

El uso del tratamiento de familiaridad o de confianza para formular peticiones en la comunicación escrita del ámbito organizacional es una estrategia ampliamente aceptada por los hablantes nativos de español. No obstante, desde la perspectiva japonesa, el lenguaje configurado de este modo se percibe “coloquial”, por tanto, es una forma que está categóricamente excluida de la escritura en el espacio de trabajo debido a la incompatibilidad con el lenguaje honorífico —el protocolo necesario de la comunicación en situaciones formales— como nos referimos en el apartado 4.3.6.

En español, un lenguaje más o menos cortés, que no llega a ser el que se utiliza en la calle (en adelante, “semiformal”), presenta otra dimensión que no posee el japonés. Briz señala esta característica de la siguiente manera:

La cotidianidad o inmediatez comunicativa propia de la conversación coloquial favorece un tipo de cortesía diferente, incluso la interpretación diferente de lo codificado como cortés o descortés (Briz 2006:230).

De esta afirmación, comprendemos que el lenguaje semiformal es un recurso que puede formar parte de las estrategias de la cortesía lingüística en español y cuyo ámbito de uso se trasciende hasta la formulación de peticiones en la comunicación escrita en el ámbito organizacional, como demuestran los siguientes enunciados.

La autora que redacta los siguientes enunciados ([1] - [5]) es de nacionalidad española y trabaja en una empresa multinacional japonesa como secretaria de la presidencia. En este contexto, ella realiza peticiones a un bufete de abogados, con el que ya lleva años

Nº	Código	Contenido
[1]	S1M1L2E	Por jubilación del Sr. Directivo 2 debemos apoderar a dos personas más en Empresa 6 para que puedan llevar a cabo la operativa bancaria, con las mismas facultades que tiene el Sr. Directivo 10 y la misma limitación de actuación.
[2]	S1M1L6E	Por otra parte, también necesitaremos poderes para el Sr. Directivo 3 (enviaré también sus datos), con las mismas facultades otorgadas al Sr. Directivo 8 de Empresa 1 SA (adjunto la escritura de referencia).
[3]	S1M1L8E	¿Cómo lo veis?
[4]	S1M1L9E	Nos urge sobre todo por el tema de las facultades bancarias.
[5]	S1M1L10E	Ya me diréis.

trabajando juntos. El grado de urgencia es elevado: en pocos días se jubila un directivo, que posee la potestad para realizar operaciones bancarias de la entidad, y, por tanto, se necesita apoderar a otros directivos inmediatamente para no paralizar las transferencias bancarias. Ahora bien, en este contexto profesional, serio y urgente, la secretaria se dirige a los abogados con el uso de tratamiento de confianza *vosotros* como atenuante, una forma impensable en la comunicación en japonés en la misma situación.

Asimismo, la secretaria activa diversos tipos del mecanismo de atenuación sin descuidar la importancia del asunto: el enunciado [1] presenta la petición con perífrasis del verbo auxiliar deóntico *deber* en el presente de indicativo para resaltar la máxima necesidad del asunto y, al encabezar este mensaje S1M1 con esta formulación, pretende envolver el texto con la atmósfera de urgencia. Después, el enunciado [2] introduce un otro requerimiento con el verbo volitivo *necesitar*, en este caso, con el uso del tiempo de futuro como atenuante, ya que desplaza metafóricamente el tiempo del acto

performativo a un momento posterior del acto de habla. No obstante, según lo que interpretamos del contexto del mensaje S1M1, las peticiones de [1] y [2] tienen la misma prioridad y no se encuentran motivos para que lo exhortado en [2] se ejecute más tarde, es decir, el momento de realización de [1] y [2] ha de ser simultáneo. Por tanto, deducimos que ha intervenido la intención de la secretaria de no querer agobiar al abogado con la inserción de la segunda petición y, por eso, la atenúa con el uso del tiempo de futuro.

Respecto al uso de la primera persona del plural en [1] y [2], si lo aceptamos literalmente, en ambos casos señala a la empresa de la que forma parte la secretaria y creemos que es así el caso de [2]. En cambio, [1] puede ser de otra naturaleza: la acción exhortada —apoderar a los directivos— consiste en elaborar una escritura pública y elevarla ante el notario. Y lo habitual es que los miembros del bufete gestionen ambas fases sin presencia personal del cliente. Por tanto, es posible que [1] no solo manifiesta la necesidad de la empresa, sino que también apela la participación del abogado. En tal caso del uso pseudoinclusivo de primera persona del plural, la fuerza ilocutiva del [1] queda suavizada al difuminar la identidad del agente del acto exhortado.

En cuanto al enunciado [4], que aparece en la última parte del mensaje S1M1, su función es recordar al receptor la importancia del tema del mensaje y cuyo contenido está enfatizado por el uso del verbo *urgir*, que se emplea para “exigir una cosa ser hecha inmediata o rápidamente” (Moliner, 2007: vol.II 2988), no obstante, es una realización indirecta, ya que no especifica el agente, por tanto, atenúa el discurso de la secretaria.

En suma, los enunciados [1], [2] y [4] son tres fórmulas diferentes para realizar peticiones de forma atenuada. Ahora bien, a nivel discursivo, la fuerza ilocutiva que producen estos enunciados, ya atenuada a nivel de enunciado, queda mitigada todavía más dentro del mismo mensaje por [3] y [5]: la estructura comprobatoria [3] *¿Cómo lo veis?* somete la necesidad del emisor —la posibilidad de materializar la operación de apoderamiento cuanto antes— al juicio del abogado, por tanto, su valor es atenuativo. Asimismo, [5] *Ya me diréis* es una fórmula estereotipada que ejerce una función igualmente cortés, puesto que plantea que la respuesta de jurista sobre lo exhortado por [1], [2] y [4] sea en un momento de futuro y no en el momento de habla.

En la misma secuencia del Hilo S1, contemplamos otras estrategias de la cortesía que realiza la secretaria: en el ejemplo [6], emplea una vez más la primera persona del plural del mismo modo que el enunciado [1], pero con una estructura condicional de la cortesía *si te parece* que no aporta, pues, el valor proposicional necesario para la construcción de este acto de habla, pero sí añade un valor cortés desde la perspectiva pragmática. Este uso llamado “condicionales periféricas” (Montolío 1999:3685) mitiga la imposición del acto que sigue (*“podemos datar...”*), ya que aporta “opcionalidad” (Montolío 1996:340)⁸ a la toma de decisión del receptor de mensaje en este contexto.

Nº	Código	Contenido
[6]	S1M4L7E	Dado que el Sr. Directivo 7 está en Japón, si te parece pues podemos datar el Acta de decisiones del Consejo de Administración de Empresa 4 el día 5 de marzo y así firmamos el lunes.

⁸ “(...) la expresión de opciones es una de las funciones discursivas más frecuentes de las condicionales: el ser portadoras de tal opcionalidad las convierte en estructuras muy adecuadas para formular ofertas y para mitigar en un sentido amplio” (Montolío 1996).

Por cierto, el corpus japonés que analizamos no recoge expresión de esta índole, aunque existe una locución idéntica en la lengua japonesa: もしよろしければ (”moshi yorosikereba” = si **le** parece bien). No obstante, al ser un lenguaje respetuoso, cabe mencionar que su uso exige el pronombre del tratamiento de respeto.

Siguiendo con otro ejemplo del Hilo S1, en el enunciado [7] (véase el cuadro siguiente), observamos el uso del presente de indicativo con el valor de imperativo, atenuado por el uso de “por favor” que, a su vez, convierte este enunciado en una petición.

Nº	Código	Contenido
[7]	S1M4L8E	Durante el día de hoy te pasaré el redactado para ampliar los poderes del Sr. Directivo 10 y Sr. Directivo 9 en Empresa 4, por favor os los revisáis por si hubiera alguna incongruencia .

Probablemente, este enunciado es una estrategia de la cortesía lingüística de español que requiere mayor reflexión por parte de los alumnos japoneses, ya que se trata de una construcción gramatical que no tiene equivalencia en japonés. Además, será difícil comprender que un presente de indicativo, aunque necesita una construcción específica, pueda ser uno de los recursos lingüísticos para realizar peticiones en el ámbito organizacional. Puesto que la sencillez de apariencia de esta formulación, en contraste con las del lenguaje honorífico japonés, evoca modos de habla coloquiales o, incluso, bruscos para la percepción japonesa.

En cualquier caso, la primera barrera que tienen que superar los alumnos japoneses para acercarse a un habla natural de español es cómo asimilarse al uso de tratamiento de familiaridad o de confianza. La implicación de la competencia sociocultural de la lengua

meta hace que el aprendizaje sea extremadamente complejo para los japoneses; dado que han de saber a quién puede dirigirse con el tratamiento de confianza y con quién hay que abstenerlo en un contexto social muy diferente de su país de origen.

Como prueba de ello, pueden observarse las reacciones de dos abogados que aparecen en el mismo Hilo S1 como interlocutores de la secretaria. “Abogado 1” es de nacionalidad japonesa y “Abogado 2” es hablante nativo de español. Ambos llevan los mismos años trabajando como personas de contacto de la secretaria, no obstante, el hablante japonés continúa sin establecer reciprocidad del tratamiento y se dirige a ella con *usted*. Al parecer, su experiencia profesional en Japón, de casi una década antes de venir a España, crea una barrera psicológica para adoptar la proxémica natural entre los hablantes nativos de español.

Nº	Código	Autor	Contenido
[9]	S1M6L2J	Abogado 1	Siguiendo la conversación telefónica de ayer, le informamos que para evitar el desfase, nuestra idea es que revoquemos los poderes con fecha posterior a la de la del otorgamiento, de modo que no se produzca un vacío.
[10]	S1M16L2E	Abogado 2	Adjunto te remitimos, en un archivo comprimido, las cinco escrituras de referencia.

El espectro amplio del uso de tratamiento de confianza o de familiaridad en la comunicación escrita del ámbito profesional entre los hablantes nativos de español es algo que no tiene equivalencia en la lengua japonesa. El contraste observado en [9] y [10] ejemplifica la dificultad que puede tener un hablante japonés para adoptar dichas formas comunicativas semiformales. Más aún, intuimos que contar con el uso

permanente de *usted/ustedes* para no faltar el respeto a las personas de su entorno laboral tiene riesgo de fosilización para los hablantes japoneses debido a la influencia de costumbres sociales de su país de origen y, consecuentemente, puede obstaculizar la adquisición de lenguaje natural del español.

Con todo, sostenemos que es de suma importancia exponer ante los alumnos japoneses estos rasgos del lenguaje semiformal y los mecanismos de atenuación de la comunicación escrita del ámbito organizacional mediante un corpus de la lengua en uso como material didáctico, ya que, como hemos observado en el Hilo S1, un tan solo hilo de mensajes está lleno de la riqueza de la lengua española con detalles valiosísimos que merecen ser atendidos exhaustiva y repetidamente en el aula de ELE de Japón.

5.3.2. El uso de verbo “necesitar”

En este apartado, nos fijamos en el uso de un verbo específico para formular peticiones en el ámbito organizacional: *necesitar*. El Hilo S2 comienza por un mensaje de un hablante nativo (Cliente 14) que reside en Japón y opera sus actividades económicas allí. Su mensaje (S2M1), encabezado por el siguiente enunciado [11], es de carácter urgente y está dirigido a su compañero de la casa matriz en España (Cliente 13).

Nº	Código	Autor	Contenido
[11]	S2M1L2E	Cliente 14	Necesitamos por favor que le hagas una consulta urgente a Abogado 3.

El motivo del mensaje es que al Cliente 14 le advirtieron por fuentes locales de Japón sobre la obligación legal de contratación del seguro de trabajo para sus empleados; sin embargo, al parecer, su empresa no había contemplado este requisito previamente y

debe tomar una decisión inmediata que conlleva enormes gastos. Por tanto, el Cliente 13 decide ponerse en contacto con un bufete de abogados de España para cotejar la información recibida de su compañero de Japón a través de un mensaje (S2M2) que inicia con el siguiente enunciado [12].

Nº	Código	Autor	Contenido
[12]	S2M2L2E	Cliente 13	Tenemos una consulta urgente que por favor necesitamos nos resolváis lo antes posible, se trata de la consulta que podéis ver más abajo en el correo de Cliente 14, relativa a la contratación y pago de un seguro de trabajadores.

Los redactores de [11] y [12] formulan enunciados exhortativos de construcciones idénticas: comparten el uso del verbo volitivo *necesitar* del presente de indicativo en tercera persona del plural, presentan la especificación completa del acto exhortado y atenúan con el uso de “por favor” que convierte explícitamente estos enunciados en peticiones. Teniendo en cuenta el contexto de estos mensajes, podemos considerar que estamos ante uno de los modelos de los actos de habla exhortativos de peticiones, que emplean los hablantes nativos de español en casos de extrema relevancia.

Por su parte, identificamos los siguientes enunciados de otros hilos, formulados con el mismo verbo *necesitar*, pero en otros contextos y con flexiones verbales diferentes:

Nº	Código	Contenido
[2]	S1M1L6E	Por otra parte, también necesitamos poderes para el Sr. Directivo 3 (enviaré también sus datos), con las mismas facultades otorgadas al Sr. Directivo 8 de Empresa 1 SA (adjunto la escritura de referencia).
[13]	S3M1L9E	Necesitaríamos que nos indicaran diferentes fechas para poder realizar la firma y, así, cuadrarlo con la otorgante.

Ya hemos revisado el enunciado [2] en el apartado anterior 5.3.1, que es el uso de futuro como atenuante, y en [13], el autor utiliza el condicional *necesitaría*: este enunciado procede del mensaje de un abogado español dirigido a la Embajada de España en Tokio, por tanto, la razón por la que emplea este tiempo verbal habría sido por la intención de eludir una postura impositiva ante un órgano estatal mediante el uso del condicional de cortesía. Cabe señalar que, entre los enunciados de correos electrónicos redactados en español que hemos analizado en este trabajo, el [verbo *necesitar* en tercera persona del plural + oración subordinada sustantiva o sustantivo] es una de las estrategias más frecuentes entre los hablantes nativos de español para realizar las peticiones, dosificando la fuerza ilocutiva a través del uso de diferentes tiempos verbales —presente de indicativo, futuro y condicional— según características del evento comunicativo.

Ahora bien, frente a esta flexibilidad del verbo *necesitar* en español para formular peticiones en la comunicación escrita del ámbito organizacional, su homólogo en japonés 必要とする (“*hitsuyou to suru*” = necesitar [(Miyagi y Yamada 1997: 763)]), en cambio, no desempeña las mismas funciones en la formulación de peticiones en japonés por el siguiente motivo: el verbo *hitsuyou to suru* no suele acoger el pronombre personal como sujeto gramatical. Es decir, por ejemplo, la traducción de “Necesito beber algo” en japonés requiere una reformulación con el uso de otros verbos (“*Quiero beber algo*”) o de otras estructuras (“*Es necesario para mí beber algo*”) debido a la restricción gramatical. Veamos a continuación los ejemplos que figuran en la entrada “necesitar” de un diccionario español-japonés (Miyagi y Yamada, 1997:763):

1) Necesitamos dinero (tu ayuda)

私たちには お金 (君の助け) が必要だ。
watashitachi ni ha okane (kimi no tasuke) ga hitsuyou da
para nosotros dinero (tu ayuda) es necesario

2) Necesito hablar con él mañana.

私は 明日 彼と 話さなければ ならない。
watashi wa asu kare to hanasanakereba naranai
yo mañana con él necesariamente hablar tengo que

3) Necesito que me digas la verdad.

真実を 言ってもらわ なければ 困るよ。
shinjitsu wo Ittemorawa nakereba koamru yo
la verdad me cuentas si no me pones en apuros

Las dos primeras líneas de cada ejemplo son transcripciones exactas del diccionario mencionado: la primera (en letras negritas) es el ejemplo escogido para la entrada del verbo *necesitar* y la segunda es su traducción en japonés según el diccionario consultado. La tercera y la cuarta línea son de elaboración propia en este trabajo: la transcripción fonética (la tercera línea) y la traducción literal de la segunda línea (la cuarta línea, letras en azul), respectivamente.

El objetivo de esta interpretación reversa de los ejemplos procedentes del diccionario español-japonés es examinar, palabra por palabra, el grado de desviación del significado de los ejemplos originales en español al convertirlos en japonés. En las traducciones originales en japonés del diccionario para los ejemplos “**1)**” y “**2)**”, observamos que el significado de *necesitar* está sustituido por una locución formado con el adjetivo *necesario* o con el adverbio *necesariamente*. Es decir, los autores del diccionario tuvieron que reformular de este modo para no perder el significado original en español debido a las limitaciones de las normas gramaticales del japonés. Dicha complejidad se pone de

relieve aún más en el ejemplo “3”): se trata de una oración subordinada sustantivada con la que los editores del diccionario tuvieron que ser muy creativos para no perjudicar la semántica de la frase original; ya que, como se observa, parafrasearon “necesito” del texto original en español como “me pones en apuros” para realizar la traducción correspondiente en japonés. Asimismo, la construcción del enunciado sufre una modificación sintáctica importante al convertir la oración subordinada del ejemplo original “que me digas la verdad” en “si no me cuentas la verdad” en la traducción en japonés.

Para evaluar las repercusiones de esta brecha lingüística entre el español y el japonés en torno al verbo *necesitar*, hemos revisado los enunciados escritos en español por los japoneses en nuestro corpus. Aunque solo contamos dos hablantes de esta característica, observamos las tendencias siguientes:

- 1) Un hablante japonés (“Abogado 1”) redacta ocho enunciados de petición en español, pero el verbo *necesitar* no figura en ninguno de ellos. La construcción de sus peticiones se basa en otras estrategias como *Rogamos* + oración sustantiva / sustantivo, las formas imperativas o *Estamos a la espera de...* / *Quedamos a su disposición para...*, aunque estos dos últimos son de carácter formulaico (véase el siguiente cuadro).

Nº	Código	Autor	Contenido
[14]	S1M3L3J	Abogado 1	Rogamos nos confirme si los siguientes puntos son correctos:

[15]	S1M5L6J	Abogado 1	Estamos a la espera de recibir las facultades tanto del Sr. Directivo 10 como del Sr. Directivo 9.
[16]	S1M10L8J	Abogado 1	Rogamos su revisión sobre los borradores y quedamos a su disposición para cualquier duda o comentario al respecto.
[17]	S1M12L7J	Abogado 1	Si le parecen correctos, por favor proceda a la firma de los miembros del consejo de administración sobre los anexos también.
[18]	S1M12L8J	Abogado 1	Quedamos a su disposición para cualquier comentario al respecto.
[19]	S1M13L4J	Abogado 1	En cuanto a la revocación de poderes, por favor tenga en cuenta que Empresa 4 tiene que notificar a los Sres. Directivo 10 y Directivo 9 la revocación de sus poderes y obtener su aceptación por escrito.
[20]	S1M13L5J	Abogado 1	Quedamos a su disposición para cualquier duda al respecto.
[21]	S1M19L3J	Abogado 1	Cuando esté revisado el contenido, por favor imprima en papelería de Empresa 4 y proceda a la firma del Sr. Directivo 7.

2) En cambio, otro hablante japonés, el miembro de la Embajada de España, sí utiliza el verbo *necesitar* para realizar peticiones en tres ocasiones ([22], [26] y [27] del siguiente cuadro), no obstante, son únicamente en oraciones simples seguidas de sustantivos.

Nº	Código	Autor	Contenido
[22]	S3M2L3J	Embajada de España	En cuanto a su solicitud, necesitamos , como ustedes dicen, el original del documento que acredita a la poderdante como administradora única y el empadronamiento para justificar que reside en Japón, ya

			que la dirección que figura en el documento que nos han enviado es una en España.
[23]	S3M4L7J	Embajada de España	Les agradeceríamos entonces que elijan uno de estos días y nos faciliten un correo electrónico o teléfono de contacto de la interesada por si el día de la cita surgiera algún contratiempo.
[24]	S3M10L4J	Embajada de España	Por favor, confírmenos la cita del día 23 para en caso de cancelación poder programar otra firma.
[25]	S3M13L2J	Embajada de España	Confirmamos la cita y quedamos a la espera.
[26]	S3M15L4J	Embajada de España	Por otra parte, aprovechamos para solicitarles el envío de una copia del NIE de la Sra. XXXXX que, salvo error u omisión, no hemos recibido y necesitamos para nuestro archivo.
[27]	S4M2L2J	Embajada de España	Aparte de los documentos ordinarios que viene en la hoja de información, necesitaríamos el certificado del Registro Mercantil de España (solo en castellano está bien) y un empadronamiento japonés del firmante para acreditar que vive aquí.

Según esta observación, a pesar de la versatilidad y la elevada frecuencia de uso del verbo *necesitar* entre los hablantes nativos de español para formular peticiones, se nos antoja que existen posibles dificultades de su uso para los hablantes japoneses, probablemente, por la falta de costumbre motivada por la diferencia lingüística entre español y su primera lengua.

Entonces, ¿qué estrategias o expresiones suelen elegir los hablantes japoneses para realizar peticiones en español dentro del ámbito organizacional? ¿Cuáles son las

fórmulas que se perciben “naturales” en su mente para pedir algo en español? Abordaremos esta cuestión en el siguiente apartado, el último análisis de este trabajo.

5.3.3. El verbo “rogar” y *Onegai itashimasu*

En esta sección, primero, identificaremos cuál es la tendencia o predilección de los hablantes japoneses para seleccionar recursos lingüísticos de peticiones en su primera lengua dentro del contexto de la comunicación organizacional y, después, intentaremos analizar su posible homólogo en español desde la perspectiva pragmática. Procuraremos, también, revisar si hay interferencias de la interlengua y, finalmente, reflexionaremos qué propuestas podemos presentar en el aprendizaje de ELE.

Para abordar esta cuestión, hemos explorado los 60 enunciados de correos electrónicos redactados en japonés en busca de las expresiones de petición más frecuentes entre los autores japoneses en su primera lengua. Como resultado, hemos detectado que un solo recurso ocupa un 47% (=28 / 60 enunciados): “お願いいたします” (*onegai itashimasu*), cuyo significado equivalente en español es *rogar* (véase **Tabla 9**).

Tabla 9: Desglose del número de enunciados escritos en japonés según las formas de realizar peticiones

Nº	Verbos de petición en el corpus japonés	Equivalencia en español	Modalidad oracional				Enunciados	
			Decla- rativa	Formu- laica	Impera- tiva	Interro- gativa	Total	%
1	お願いいたします	rogar	12	16			28	47%
2	幸いです	agradecer	6				6	10%
3	できますか？	poder + infinitivo				5	5	8%
4	ご遠慮なく...ください	no dudar			4		4	7%
5	ご確認ください	revisar			2		2	3%
6	ご査収ください	recibir			2		2	3%
7	必要です	ser + necesario	1				1	2%
8	お待ちしております	esperar	1				1	2%
9	させていただきます	quisiera + infinitivo	1				1	2%
10	ご了承ください	comprender			1		1	2%
11	お伝えください	recordar			1		1	2%
12	お聞かせください	hacer saber			1		1	2%
13	ご返信ください	reenviar			1		1	2%
14	お越しいただけるのでしょうか	pasar				1	1	2%
15	ご希望されますでしょうか	desear				1	1	2%
16	...なりますでしょうか	ser (copulativo)				1	1	2%
17	可能でしょうか	ser + posible				1	1	2%
18	...よろしいでしょうか	deber				1	1	2%
19	...よろしいですね	ser + correcto				1	1	2%
Total			21	16	12	11	60	100%

Las locuciones formuladas con *onegai itashimasu* destacan por su frecuencia de uso y su versatilidad en el discurso formal en japonés. Su significado literal es “someto / sometemos esta petición a su consideración” o “suplico / suplicamos (que haga algo)”, por tanto, conlleva un elevado grado de modestia orientada hacia el receptor del mensaje. Cabe subrayar que el ámbito de uso de esta expresión no se limita a la comunicación escrita en situaciones formales, sino que también se utiliza en las interacciones orales para pedir algo a alguien. Por ejemplo, se emplea con el significado de “Sí, por favor”, indiferentemente de la edad, sexo o estatus social de hablantes. Los japoneses están muy

familiarizados con recurrir *onegai itashimasu* en diversas escenas de la vida cotidiana, tanto profesional como personal, y eso hace que esta expresión sea la estructura de petición por excelencia en la lengua japonesa.

En el plano sintáctico, *onegai itashimasu* suele combinarse con sustantivo u oración subordinada y constituye peticiones de un modo modesto, como muestran los siguientes enunciados extraídos del corpus japonés: [28], [29], [30] y [31] son las formulaciones prototípicas con contenidos proposicionales y, por su parte, [32], [33], [34] y [35] son las expresiones frecuentes que aparecen en las últimas líneas de correos electrónicos, cuya función discursiva es formulaica y se equivale a una amalgama de “saludos cordiales” y “quedamos a la espera” del español.

Nº	Código	Autor	Enunciado original	Traducción literal
[28]	S5M6L7J	Cliente 16	これから先の経理的な処理につきましては、弊社で経理を担当している Client 15 が直接メールでやりとりさせていただきますので、宜しく お願い致します 。	Con respecto a los trámites de contabilidad, rogamos que comprendan que, a partir de este momento, la responsable de asuntos financieros Client 15 de nuestra empresa se pondrá en contacto con ustedes directamente.
[29]	S5M7L6J	Cliente 15	②裁判手続き代理人の請求書と会計事務所の請求書の合計€1,000 は、余剰金からの支払いを お願い致します 。	(2) Rogamos que efectúen el pago de la factura del procurador y la del notario, x,xxx euros en total, del resto del depósito.
[30]	S5M7L8J	Cliente 15	④最終的な INVOICE の発行を お願い致します 。	(4) Rogamos que nos emitan la factura definitiva.
[31]	S6M4L8J	Cliente 17	それに伴いまして、駐日スペイン大使館領事部でのスペイン語翻訳証明の申請をストップすることになりますので、どうぞよろしく お願いいたします 。	Al mismo tiempo, le ruego atentamente su comprensión que se paralizará la solicitud del certificado de traducción en la Embajada de España de Tokio.
[32]	S5M1L13J	Abogado 1	以上、ご確認のほど、よろしく お願い致します 。	Le rogamos atentamente su confirmación sobre este asunto.

[33]	S5M2L5J	Cliente 16	引き続き宜しくお願い致します。	Les rogamos atentamente su constante seguimiento.
[34]	S6M2L7J	Cliente 17	いろいろとお手数をおかけいたしますが、どうぞよろしくお願い申し上げます。	Aunque sé que les causamos molestias, les ruego solícitamente atención.
[35]	S6M5L6J	Abogado 1	よろしく確認のほど、お願い申し上げます。	Le rogamos solícitamente su confirmación.

En lo que se refiere al perfil de los redactores japoneses de estos enunciados, observamos que son de diversa índole: miembros de una empresa multinacional (“Cliente 15” y “Cliente 16”), jurista (“Abogado 1”), una persona física de edad joven (“Cliente 17”). A pesar de esta variedad de los autores, el modo de empleo de *onagai itashimasu* se presenta uniforme dentro del discurso formal, por tanto, demuestra que el uso de esta locución está extendido entre los japoneses y aceptado en la comunicación escrita del ámbito organizacional.

Para traducir estos enunciados en español, hemos optado el verbo *rogar* como la palabra equivalente de *onagai itashimasu* (véase la última columna del cuadro anterior) por su semejanza semántica, por el contexto del mensaje y, también, por el hecho de que los redactores japoneses de nuestro corpus utilizan *rogar* para formular peticiones en su discurso de español (véase el siguiente cuadro).

Nº	Código	Contenido
[36]	S1M3L3J	Rogamos nos confirme si los siguientes puntos son correctos:
[37]	S1M10L8J	Rogamos su revisión sobre los borradores y quedamos a su disposición para cualquier duda o comentario al respecto.

Por tanto, intuimos que si un hablante japonés intenta formular una petición en la comunicación del ámbito organizacional, la probabilidad de que sustituya *onagai*

itashimasu por el verbo *rogar* sería elevado y pensaría, posiblemente, que es un recurso que encaja perfectamente para presentar una petición formal.

Ahora bien, el ámbito del uso del verbo *rogar* en las interacciones comunicativas en español, sin embargo, parece ser más restringido que *onagai itashimasu* en las del japonés por los motivos que exponemos a continuación.

En el plano léxico, los diccionarios de la lengua español que hemos consultado indican un alto grado de modestia o de humildad que conllevan las acepciones de *rogar*⁹: “Pedir con súplicas, con mucha educación o como favor” (*Clave : diccionario de uso del español actual* 2000), “Instar con súplicas” (*Diccionario general ilustrado de la lengua española*, 1983) y “Rezar o pedir por alguien o algo” (*DRAE* 2014). Son algunas explicaciones que definen a este verbo y, de cierto modo, nos evocan un ambiente religioso que se asocia a él. Moliner, además, señala unos rasgos arcaicos que pertenecen al uso de *rogar*¹⁰. Por tanto, desde la perspectiva estrictamente léxica, las peticiones formuladas con *rogamos que* exhibe formalidad, modestia y cortesía de un grado muy elevado comparado con otras formas que se emplean para realizar peticiones, por ejemplo, *necesitamos que*.

Por su parte, en el panorama pragmático, advertimos que *rogar* suele utilizarse en contextos en los que la relación entre el emisor y el receptor del mensaje no está transparente o está omitida. Es decir, por ejemplo, en el anuncio de las normas de

⁹ Véase el listado de los diccionarios consultados y los datos de definiciones citadas en esta sección en la última parte de la bibliografía de este trabajo.

¹⁰ “[...] Se emplea también para hacer formulariamente una petición expresiones como *dígnese, tenga a bien, sea servido*[...], generalmente usados como complemento de *rogar* [...]” (Moliner, 2007:2607).

seguridad en la aeronave (“*Antes de despegar les rogamos coloquen los asientos en posición vertical y se abrochen los cinturones...*”) o en las comunicaciones formales destinadas a un público indeterminado, normalmente para pedir disculpas (“*Rogamos disculpen las molestias que ello les pueda causar*”), el emisor de estos mensajes plantea, por un lado, una confianza plena acerca de la habilidad y la disponibilidad de las personas que reciben estas peticiones, sin embargo, por otro lado, no espera negociar o discutir con los destinatarios sobre la ejecución del acto exhortado. De hecho, estos ejemplos piden unilateralmente a los receptores que acaten lo comunicado en estos eventos comunicativos.

En la reflexión sobre estas dos observaciones de los párrafos anteriores, se atisban unas características de las peticiones formuladas con *rogamos que*: primero, son formas que explicitan un elevado nivel de modestia por sus acepciones propias, orientada al destinatario del mensaje. Segundo, construyen actos de habla exhortativos de peticiones que se aproximan a un mandato, incluso, a un orden terminante, al omitir la figura de referentes. Aunque estas dos interpretaciones parecen ser adversativas, se fusionan y conviven dentro de un enunciado como información necesaria que lo caracteriza como un ruego. Esto es, la característica intrínseca que conlleva los actos exhortativos, como indican las siguientes dos citas:

El imperativo no sólo exprime el mandato, como parece darlo a entender su nombre, sino el ruego, y aun la súplica más postrada y sumisa (...) (Bello 1853:680).

(...) el imperativo requiere que se emplee información sobre la relación jerárquica entre hablante y oyente, así como sus derechos y obligaciones acerca de la acción en cuestión (...) (Garrido Medina 1999:3918).

Por tanto, tercero, la unión que componen la modestia y la directividad del párrafo anterior hace que reduzca considerablemente la optatividad a una respuesta negativa por parte del receptor. Ello indica que *rogamos que* no pertenece al mecanismo de atenuación —la estrategia principal de la cortesía lingüística del español—, sino que es una fórmula que consiste en fortalecer la imagen del receptor del mensaje mediante el significado léxico propio que focaliza la habilidad y la disponibilidad del receptor con el fin de lograr la aceptación por parte del destinatario del mensaje. Estos son, idénticos a la función del lenguaje honorífico japonés, en concreto, del lenguaje modesto (I).

Ahora bien, si trasladamos esta hipótesis a la comunicación escrita del ámbito organizacional español, el uso del verbo *rogar* debería funcionar como un recurso muy efectivo para formular peticiones. No obstante, la incógnita es si se adapta a cualquier situación comunicativa, es decir, si es tan general como la función que desempeña *onagai itashimasu* en el discurso realizado en japonés. Por ello, analizaremos a continuación cómo se emplea *rogamos que* en los correos electrónicos redactados en español del ámbito organizacional.

En nuestro corpus español, el único redactor nativo de español que utiliza el verbo *rogar* es un jurista (“el Abogado 4”). Entre sus 14 peticiones realizados en el Hilo S3, seis de ellas están elaborados con *rogamos que*. (véase el siguiente cuadro).

Nº	Código	Contenido
[38]	S3M3L8E	Les rogamos que nos confirmen la cita cuanto antes para poder organizar la firma con el cliente.
[39]	S3M7L5E	Como no conocen el castellano, les rogamos que cuando llamen lo hagan en japonés y pregunten por su abogado Sr.XXX.

[40]	S3M9L4E	En todo caso, les rogamos que mantengan la cita del 23 de marzo hasta nuevo aviso.
[41]	S3M14L3E	Rogamos nos la envíen en cuanto la tengan.
[42]	S3M16L4E	La facultad de otorgar poderes es un derecho del otorgante, quien decide qué facultades otorga y cuáles no, por tanto, mientras no haya ninguna facultad contraria a derecho, les rogamos que mantengan la redacción original.
[43]	S3M16L8E	Les rogamos que la preparen y la firme en ese mismo momento.

Según nuestra observación en el apartado 5.3.2, *necesitar* era uno de los recursos predilectos de los hablantes nativos para realizar peticiones, sin embargo, el Abogado 4 solo lo escoge en una sola ocasión en el Hilo S3 (se trata del enunciado [13], analizado en la página 84. véase abajo). No es fácil de deducir el motivo que le hizo a este abogado español a seleccionar el verbo *rogar* en lugar de *necesitar* para formular la mayoría de sus peticiones: puede que sea por su rutinización o por su preferencia personal, aunque son solo interpretaciones especulativas, ya que es improbable a partir de la información que proporciona el texto.

Nº	Código	Contenido
[13]	S3M1L9E	Necesitaríamos que nos indicaran diferentes fechas para poder realizar la firma y, así, cuadrarlo con la otorgante.

Sin embargo, quizás el uso de tratamiento de respeto de este abogado nos ofrece una explicación lógica: a lo largo del Hilo S3, el jurista se dirige a su persona de contacto en la Embajada mediante el uso de *ustedes*. Al establecer una distancia respecto a su interlocutor, es probable que el hablante español se obliga a sí mismo a organizar el discurso con términos que manifiestan mayor grado de cortesía lingüística. Si es cierta

esta hipótesis, el uso del verbo *rogar* y del tratamiento de respeto están correlacionados en la estrategia discursiva de los hablantes nativos y, por tanto, los alumnos de ELE deben tenerlo en cuenta en la formulación de peticiones en circunstancias formales.

Por añadidura, es interesante observar otras formas de peticiones que ha empleado el mismo redactor junto con *rogamos que* en el mismo contexto (véase el siguiente cuadro): la secuencia del Hilo S3 nos indica que cuando el jurista quiere formular un correo electrónico con más de dos peticiones, evita el uso redundante del verbo *rogar* y utiliza otras estrategias como los siguientes: [44] la modalidad interrogativa, sin señalar el agente del acto exhortado; [45] el imperfecto de recuperación de información previa con valor de cortesía y el uso de *nos preguntábamos*, que el emisor orienta la duda a sí mismo en lugar de dirigirla al receptor y [46] la fórmula estereotipada de cortesía *quedamos a la espera*.

Nº	Código	Contenido
[44]	S3M9L3E	¿Hay alguna posibilidad de adelantar la firma a ese día?
[45]	S3M14L4E	Por otro lado, nos preguntábamos qué documentos tiene que llevar la otorgante a la firma.
[46]	S3M7L6E	Quedamos a la espera de recibir la minuta para revisar su contenido antes de la firma.

A diferencia de los enunciados de *rogamos que* ([38]-[43]), formulados en la realización directa del Nivel 1 (véase Tabla 6 en la página 65 sobre este criterio), estos tres enunciados ([44]-[46]) son de realización indirecta, puesto que no señalan el agente del acto exhortado. Como resultado, el autor consigue equilibrar el grado de directividad de su mensaje de una manera holística mediante la combinación de enunciados elaborados en diferentes niveles de imposición.

En suma, el uso de *rogar* en español está reservado para ocasiones específicas que exigen una formalidad elevada según el juicio del emisor de mensaje y, por ello, parece obvio que existe un criterio claro en la mente de los hablantes nativos de español para seleccionar *rogar* u otros modos, como *necesitar*, en el momento de formular peticiones en la comunicación escrita del ámbito organizacional, y cuyo razonamiento está vinculado íntimamente con las características del evento comunicativo.

En lo que se refiere a la oposición entre “*onagai itashimasu*” y el verbo *rogar*, existen semejanzas, pero más importantemente hay diferencias de uso entre ellos. Como hemos visto, las funciones que “*onagai itashimasu*” desempeñan en discursos en japonés son de mayor cobertura con respecto a las de *rogar* en español. Por tanto, es desaconsejable considerarlos como equivalentes de uno al otro y viceversa, y en definitiva, el uso de *rogar* requiere reflexiones previas sobre referentes, implicaturas, presuposición e inferencias para dominar su uso adecuado en la formulación de peticiones en español.

A modo de resumen de este análisis cualitativo, subrayamos la necesidad de una enseñanza focalizada en el contexto del ámbito organizacional para que los japoneses de ELE sean capaces de manejar un lenguaje eficaz y, sobre todo, natural en la comunicación escrita. Insistimos sobre este punto porque la predisposición y el culto hacia el lenguaje formal de este alumnado puede crear un discurso que parece excesivamente formal, atenuado o solícito desde la perspectiva española. Y los actos de habla exhortativos de peticiones son con los que estos alumnos tendrán mayor dificultad debido a diversas diferencias entre el español y el japonés, como hemos señalado a lo largo de este capítulo.

6. Conclusión

La cuestión que hemos tratado en este trabajo es indagar cuáles son las diferencias entre el español y el japonés para “pedir algo a alguien” en la comunicación escrita dentro del contexto del ámbito organizacional. Nos fijamos específicamente en este acto de habla porque la dinámica de las interacciones en el espacio de trabajo siempre parte de él; por tanto, la elaboración de peticiones con estrategias adecuadas de la cortesía es crucial y determinante para lograr el éxito comunicativo, en otras palabras, cumplir obligaciones profesionales.

Por su parte, la implicación de acto de habla amenazante hace que realizar peticiones sea una operación delicada y compleja, dado que está estrechamente ligada con las normas y costumbres sociales de cada cultura. Naturalmente, el emisor de petición no querrá quebrantarlas porque son valores universales por los que se rige el mecanismo de las relaciones humanas. No obstante, para los aprendices de segundas lenguas, resulta difícil escoger con confianza una estrategia u otra para realizar peticiones, ya que aún les faltan conocimiento sociocultural y destrezas lingüísticas de la lengua meta que les permiten explicitar sus necesidades y transmitirlos a otras personas. Por consiguiente, es probable que estos alumnos se refugien agarrándose a las normas y virtudes sociales de su país de origen, y que formulen las peticiones fundamentadas en ellas ignorando, sin querer, la cortesía lingüística de la lengua meta, que es un parámetro pragmático y variable según las lenguas.

Respecto a nuestro análisis del presente trabajo, debemos reconocer que el volumen del corpus analizado es limitado y, además, procede de tan solo el ámbito organizacional.

Por tanto, consideramos que es preciso continuar investigaciones de esta índole con mayor número de enunciados en contextos más amplios para poder aportar la información más fiable y práctica para extender el repertorio lingüístico de los alumnos japoneses de ELE con el fin de que estén mejor preparados en el momento inicial de su carrera profesional.

Asimismo, ya en el aula real, sería de utilidad realizar una revisión sobre el grado de cortesía que emplean los alumnos japoneses. El motivo es una cuestión idiosincrásica: en Japón, al contactar con un desconocido, lo normal es emplear el máximo grado de cortesía para dirigirse a él, sobre todo, en el ámbito organizacional. Esta actitud es una acción preventiva para no faltar el respeto y forma parte del sentido común entre los japoneses. Es probable, por ello, que los alumnos japoneses "abusen" del uso de las estrategias de la cortesía elevada sin tener en cuenta el contexto, por ejemplo; usar *quisiera +infinitivo / que +subjuntivo* continuamente en el ámbito amistoso; emplear *me gustaría +infinitivo / que +subjuntivo* en situaciones comprometidas, en lugar de *necesito*; redundar el uso de *rogamos que* dentro de un discurso, etc. Son usos que alejan a estos alumnos del lenguaje natural en español y, peor aún, puede que se sientan cómodos porque piensan que son formas de habla "correctas" según la percepción japonesa. Remarcamos este punto como un aspecto fosilizable y difícil de autocorregirse para los japoneses, según la experiencia propia del autor de este trabajo.

Finalmente, resumimos en el siguiente cuadro los resultados más relevantes de la investigación de este trabajo, con la esperanza de que sirvan como piezas que forman parte de la unidad de aprendizaje del lenguaje en el ámbito organizacional para los alumnos japoneses de ELE:

1. Recursos del registro semiformales	
en español:	El uso del tratamiento de confianza (los pronombres de segunda persona) y de algunas locuciones que pertenecen al registro semiformales (que no es coloquial para españoles, pero sí desde la perspectiva japonesa para ser lenguaje del ámbito organizacional) son recursos socialmente aceptados para formular peticiones en la escritura de correos electrónicos en español. No obstante, su ámbito de uso no es universal y se requiere el conocimiento sociocultural para su uso adecuado.
en japonés:	Uso ausente en los correos electrónicos redactados en japonés.
2. El uso de verbo “necesitar”	
en español:	Recurso habitual entre los nativos para realizar el acto de habla exhortativo de petición, cuyo emisor aparece como el agente. Se transmite diferentes grados de la importancia o de la urgencia de la petición mediante la modificación del morfema de tiempo y modo (presente de indicativo, futuro o condicional).
en japonés:	Uso ausente en los correos electrónicos redactados en japonés.
3. El verbo “rogar” y “Onegai itashimasu”	
en español:	El uso del verbo “rogar” para realizar peticiones está restringido por situaciones. Su formalidad semántica elevada exige que el destinatario del mensaje sea persona que requiere tratamiento respetuoso. También se emplea cuando se realiza peticiones al público general (e.g. <i>Rogamos a los pasajeros que se abrochen el cinturón de seguridad....</i>)
en japonés:	<p>“Onegai itashimasu” es una locución ampliamente extendida entre los japoneses para realizar peticiones tanto en la comunicación escrita como oral indiferentemente de situaciones, edad o estatus del receptor de mensaje. El significado de esta locución es “Someto / Sometemos esta petición a su consideración”, cuya semántica más cercana en español es del verbo “rogar”.</p> <p>No obstante, el ámbito de uso de “Onegai itashimasu” y “rogar” no coinciden del todo, por tanto, es preciso que los alumnos japoneses aprendan otros recursos más frecuentes en español, adecuados según situaciones.</p>

7. Bibliografía¹¹

- ALBELDA MARCO, M., 2010. “¿Cómo se reconoce la atenuación? Una aproximación metodológica basada en el español peninsular hablado”. En: F. ORLETTI y L. MARIOTTINI (eds.), *(Des)cortesía en español Espacios teóricos y metodológicos para su estudio*. Roma-Estocolmo: Università degli Studi Roma Tre, Universidad de Estocolmo, pp. 47-70.
- ALVAR EZQUERRA, M., MENÉNDEZ PIDAL, R. y GILI I GAYA, S., 1983. *Diccionario general ilustrado de la lengua española*. 7ª edición. Barcelona : Vox. Biblograf.
- ARASARATNAM, L.A. y DOERFEL, M.L., 2005. “Intercultural communication competence: Identifying key components from multicultural perspectives”. *International Journal of Intercultural Relations*, vol. 29, no. 2, pp. 137-163.
- ARASE, M., 2002. “総称人称のyouの意味と機能” [El significado y función de “you” genérico]. *立命館言語文化研究 [Ritsumeikan studies in language and culture]*, vol. 14, no. 3, pp. 105-116.
- ASADA, H., 2014. *敬語の原理及び発展の研究 [Principios del lenguaje honorífico y la investigación de su desarrollo]*. Tokio: Tokyo-do shuppan.
- AUSTIN, J.L., 1962. *How to do things with words*. Cambridge: Harvard University Press.
- BELLO, A., 1853. *Gramática de la lengua castellana : destinada al uso de los americanos*. Nueva edic. Madrid : Imprenta de la Biblioteca Económica de la Educación y Enseñanza.
- BRIZ, A., 2003. “La estrategia atenuadora en la conversación cotidiana española”. En: D. BRAVO (ed.), *ACTAS del Primer Coloquio del Programa EDICE*. Estocolmo, pp. 17-46.
- BRIZ, A., 2006. “Atenuación y cortesía verbal en la conversación coloquial: su tratamiento en la clase de ELE”. *Actas del programa de formación para profesorado de ELE*. Munich: Instituto Cervantes, pp. 227-255.
- BRIZ, A. (Coord.), 2008. “Imagen personal y cortesía al hablar. Las relaciones con los interlocutores”. *Saber hablar*. 3ª edición. Madrid: Aguilar, pp. 197-204.
- BROWN, G. y YULE, G., 1983. *Discourse analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- BROWN, P. y LEVINSON, S.C., 1987. *Politeness : Some universals in language usage*. 2ª edición. Cambridge : Cambridge University Press.

¹¹ Las referencias publicadas en japonés aparecen con el título original, seguido de una traducción en inglés o en español en corchete. Este segundo caso, en español, es realización propia en este trabajo únicamente cuando los títulos originales no disponen de la versión inglesa por parte del autor/a.

- BROWN, R. y GILMAN, A., 1960. "The pronouns of power and solidarity". En: T.A. SEBEEK (ed.), *Style in language*. Cambridge: Technology Press of Massachusetts Institute of Technology, pp. 350-377.
- CALSAMIGLIA, H. y TUSÓN, A., 1999. *Las cosas del decir : manual de análisis del discurso*. 3ª edición. Barcelona : Ariel.
- CRYSTAL, D., 2001. *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- DUNN, C.D., 2011. "Formal forms or verbal strategies? Politeness theory and Japanese business etiquette training". *Journal of Pragmatics*, vol. 43, no. 15, pp. 3643-3654.
- GARRIDO MEDINA, J., 1999. "Los actos de habla. Las oraciones imperativas". En: I. BOSQUE y V. DEMONTE (dirs.), *Gramática descriptiva de la lengua española*. Madrid: Espasa, pp. 3879-3928.
- HAVERKATE, H., 1994. *La cortesía verbal : estudio pragmatolingüístico*. Madrid : Editorial Gredos.
- HAVERKATE, H., 1998. "Estrategias de cortesía. Análisis intercultural". En: M.A. CELIS SÁNCHEZ y J.R. HEREDIA (eds.), *Lengua y cultura en la enseñanza del español a extranjeros : actas del VII Congreso de ASELE*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, pp. 45-58.
- HYMES, D., 1972. "Models of the Interaction of Language and Social Life". En: J.J. GUMPERZ y D. HYMES (eds.), *Directions in Sociolinguistics: The Ethnography of Communication*. New York: Blackwell, pp. 35-71.
- IDE, S., 1989. "Formal forms and discernment: two neglected aspects of universals of linguistic politeness". *Multilingua - Journal of Cross-Cultural and Interlanguage Communication*, vol. 8, pp. 223-248.
- INOUE, F., KIM, S. y MATSUDA, K., 2012. "One Hundred Year's Tendency of Increase of «te itadaku» in Okazaki: Democratization of Honorifics in the Case of Benefactive Expressions". *Kokuritsu Kokugo Kenkyuujo Ronsyu*, vol. 4, no. National Institute for Japanese Language and Linguistics, pp. 1-25.
- INSTITUTO CERVANTES, 2017. Plan curricular del Instituto Cervantes. *Instituto Cervantes* [en línea]. [Consulta: 27 marzo 2018]. Disponible en: https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/plan_curricular/indice.htm.
- MALDONADO GONZÁLEZ, C. et al., 2000. *Clave : Diccionario de uso del español actual*. 4ª edición. Madrid : Ediciones SM.
- MATSUMOTO, Y., 1989. "Politeness and conversational universals – observations from Japanese". *Multilingua - Journal of Cross-Cultural and Interlanguage Communication*, vol. 8, pp. 207-221.

- MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA, DEPORTES, CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE JAPÓN,
2007. 敬語の指針 [Guideline for honorific language]. Tokio: Ministerio de Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología de Japón.
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA, DEPORTES, CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE JAPÓN,
2008. 小学校学習指導要領解説 国語編 [Plan curricular de la educación primaria: Lengua]. Tokio: Ministerio de Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología de Japón.
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA, DEPORTES, CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE JAPÓN,
2010. 高等学校学習指導要領解説 国語編 [Plan curricular de la educación superior: Lengua]. Tokio: Ministerio de Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología de Japón.
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA, DEPORTES, CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE JAPÓN,
2013. 平成25年度「国語に関する世論調査」の結果の概要 調査目的・方法等 [Encuesta nacional del uso de la lengua: Resultado general, objetivo, metodología, etc.]. Tokio: Ministerio de Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología de Japón.
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA, DEPORTES, CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE JAPÓN,
2017. 中学校学習指導要領解説 国語編 [Plan curricular de la educación secundaria: Lengua]. Tokio: Ministerio de Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología de Japón.
- MIYAGI, N. y YAMADA, Y. et al., 1997. 現代スペイン語辞典 *Diccionario del español moderno*. 8ª edición. Tokio: Editorial Hakusuisha.
- MOLINER, M., 2007. *Diccionario de uso del español*. 3ª edición. Madrid : Gredos.
- MONTOLÍO, E., 1996. “Gramática e interacción (Ensayo metodológico para el análisis del español conversacional)”. En: A. BRIZ GÓMEZ et al. (eds.), *Pragmática y gramática del español hablado : actas del II Simposio sobre Análisis del Discurso Oral*. Valencia : Universidad de Valencia, pp. 329-342.
- MONTOLÍO, E., 1999. “Las construcciones condicionales”. En: I. BOSQUE y V. DEMONTE (dirs.), *Gramática descriptiva de la lengua española*. Madrid: Espasa, pp. 3643-3738.
- MONTOLÍO, E. (dir.), 2014. *Manual de escritura académica y profesional*. Barcelona : Ariel.
- MONTOLÍO, E. y SAMANIEGO LÓPEZ, A., 2010. “Especificidades discursivas de los textos profesionales frente a los textos académicos: el caso de la recomendación profesional”. En: G. PARODI (ed.), *Alfabetización académica y profesional en el Siglo XXI: Leer y escribir desde las disciplinas*. Santiago de Chile: Editorial Planeta Chilena S.A., pp. 215-245.
- PÉREZ HERNÁNDEZ, L., 2001. *Illocution and Cognition: A constructional approach*. Logroño: Servicio de Publicaciones de la Universidad de la Rioja.

- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, 2014. Diccionario de la lengua española, 23.^a ed. [en línea]. [Consulta: 4 abril 2018]. Disponible en: <http://www.rae.es/>.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA Y ASOCIACIÓN DE ACADEMIAS DE LA LENGUA ESPAÑOLA, 2010. *Nueva gramática de la lengua española : manual*. Madrid : Espasa.
- SEARLE, J.R., 1976. "A classification of illocutionary acts". *Language in Society*, vol. 5, no. 01, pp. 1-23.
- STEPHAN, W.G., STEPHAN, C.W. y GUDYKUNST, W.B., 1999. "Anxiety in intergroup relations: a comparison of anxiety/uncertainty management theory and integrated threat theory". *International Journal of Intercultural Relations*, vol. 23, no. 4, pp. 613-628.
- USAMI, M., 2008. "ポライトネス理論研究のフロンティア : ポライトネス理論研究の課題とディスコース・ポライトネス理論(<特集>敬語研究のフロンティア)" [Frontiers of Studies on Politeness Theories: New Trends in Politeness Studies in Discourse Politeness Theories]. *社会言語科学 [Shaki gengo kagaku]*, vol. 11, no. 1, pp. 4-22.
- VANDERVEKEN, D., 1985. "What is an illocutionary force?" En: M. DASCAL (ed.), *Dialogue: An Interdisciplinary Approach*. Amsterdam: John Benjamins, pp. 181-204.
- WANDRUSZKA, M., 1971. *Interlingüística: Esbozo para una nueva ciencia del lenguaje*. Madrid: Gredos.
- WURMAN, R.S., 2001. *Information Anxiety 2*. Indianapolis: QUE.
- YÚFERA GÓMEZ, I., 2012. *Escritura dialógica en la red: análisis lingüístico y pragmático de la petición en el Foro Didáctico del Centro Virtual Cervantes* [en línea]. S.l.: Universitat de Barcelona. [Consulta: 23 enero 2018]. Disponible en: <http://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/32552>.
- YUS, F., 2016. "Towards a Cyberpragmatics of Mobile Instant Messaging". En: J. ROMERO-TRILLO (ed.), *Yearbook of Corpus Linguistics and Pragmatics 2016*. Berlin: Springer, pp. 7-26.

Lista de palabras consultadas en diccionarios:

- "Instruction". Def. 1 (p.851). BRESLIN, G. (ed.) et al., 2011. *Collins Dictionary*. 11ª edición. Glasgow : HarperCollins Publishers Limited. Impreso.
- "Instruction". Def. 2 (p.808) HORNBY, A.S. y TURNBULL, J., 2010. *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English*. 8ª edición. Oxford: Oxford University Press. Impreso.
- "Instruction". Def. 4 (p.737) STEIN, J. (ed.) et al. 1966. *The Random house dictionary of the English language. The Unabridged Edition*. New York : Random House, Inc. Impreso.
- "Instruction". Def. 1 (p.737). PROCTER, P. (ed.), 1995. *Cambridge international dictionary of English*. Cambridge : Cambridge University Press. Impreso.
- "Instrucción". Def.1. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, 2014. *Diccionario de la lengua española*, 23.a ed. [en línea]. [Consulta: 4 abril 2018]. Disponible en: <http://www.rae.es/>.
- "Instrucción". Def.1 (p.1661: vol.1). MOLINER, M., 2007. *Diccionario de uso del español*. 3ª edición. Madrid: Gredos. Impreso.
- "Necesitar". Def.1 (p.763). MIYAGI, N. y YAMADA, Y. et al., 1997. 現代スペイン語辞典 *Diccionario del español moderno*. 8ª edición. Tokio: Editorial Hakusuisha. Impreso.
- "Rogar". Def. 2 (p.1612). MALDONADO GONZÁLEZ, C. et al., 2000. *Clave : Diccionario de uso del español actual*. 4ª edición. Madrid : Ediciones SM. Impreso.
- "Rogar". Def. 2 (p.1394). ALVAR EZQUERRA, M., MENÉNDEZ PIDAL, R. y GILI I GAYA, S., 1983. *Diccionario general ilustrado de la lengua española*. 7ª edición. Barcelona : Vox. Bibliograf. Impreso
- "Rogar". Def. 2 (p.2607: vol.2). MOLINER, M., 2007. *Diccionario de uso del español*. 3ª edición. Madrid: Gredos. Impreso.
- "Rogar". Def.2. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, 2014. *Diccionario de la lengua española*, 23ª edición. [en línea]. [Consulta: 4 abril 2018]. Disponible en: <http://www.rae.es/>.
- "Urgir". Def. 1 (p.2988: vol.2) MOLINER, M., 2007. *Diccionario de uso del español*. 3ª edición. Madrid: Gredos. Impreso.